

# SECTORS ESTRATÈGICS AMB MARCA BARCELONA



# SECTORS ESTRATÈGICS AMB MARCA BARCELONA



Joan Clos  
Alcalde de Barcelona

## BARCELONA, METRÒPOLI DE LA MEDITERRÀNIA

El repte de definir Barcelona com una ciutat atractiva ens porta a destacar-ne el caràcter emprenedor, l'impuls decidit per la innovació i una llarga tradició comercial i de serveis. Tot això la situa entre les ciutats europees capdavanteres.

Situada a la Mediterrània nord-occidental, la regió metropolitana de Barcelona ha guanyat un bon posicionament internacional en termes de localització d'activitat econòmica, d'atracció de turisme, d'urbanisme i de qualitat de vida, la qual cosa li permet avançar clarament cap a l'economia del coneixement. A més, encapçala una àrea emergent d'activitat econòmica al sud d'Europa –àrea en què viuen 17 milions d'habitants i que inclou les Illes Balears, València, Aragó i el sud-oest de França–, i s'ha consolidat internacionalment com una de les principals metròpolis europees. Durant els darrers anys, la ciutat i el seu entorn han experimentat un creixement dels nous vinguts, amb un augment de la població activa i un rejuveniment de la piràmide d'edats que han permès una demografia cada cop més rica i diversa. Això fa que avui dia Barcelona sigui una ciutat oberta, mescla d'estils, amb una forta personalitat i, al mateix temps, amb un respecte pel fet local com a factor de competitivitat global.

Barcelona té una tradició industrial important i és capdavantera en el procés d'industrialització espanyol. Avui dia, la indústria continua essent important en l'economia de l'àrea metropolitana, i en el rànquing europeu som la cinquena concentració industrial. Aquests sectors industrials es caracteritzen perquè són altament especialitzats, competitius i estan orientats cap a l'exportació. Però Barcelona també aspira a consolidar-se en una posició de lideratge en els sectors econòmics amb més projecció de futur, i la manera d'aconseguir-ho és mantenint la seva arrelada tradició de cooperació entre el sector públic i el privat. Aquest és un dels plans estratègics en què es basa la nostra línia d'actuació.

En un món canviant, les ciutats volen continuar essent atractives i estar al dia. Barcelona, com a ciutat vibrant i cosmopolita, es reinventa permanentment a si mateixa. La primera gran transformació de la ciutat en els darrers trenta anys es va produir amb motiu dels Jocs Olímpics. Avui dia la ciutat creix cap als extrems: el Besòs i el Llobregat. Projectes com el Fòrum, el 22@, l'arribada del tren d'alta velocitat, l'ampliació del port i de l'aeroport, l'ampliació de la Fira de Barcelona o la creació de dos nous barris a la Zona Franca i al Besòs –cadascun dels quals compartirà usos residencials i d'activitat econòmica–, són actualment alguns dels motors de canvi més destacats que afavoriran l'atracció i el desenvolupament d'activitats econòmiques amb projecció de futur.

## LA CIUTAT CONTINUA AVANÇANT I OFEREIX OPORTUNITATS PER A LA INVERSIÓ



Barcelona és una ciutat competitiva, tant per l'oferta de serveis d'alt nivell com per la qualitat de vida o la relació qualitat-preu. La ciutat ofereix grans oportunitats per a la instal·lació d'empreses, tal com ho reflecteixen les dades i els indicadors següents:

- Té una situació geoestratègica magnífica al centre de la regió euromediterrània, potenciada per una àmplia xarxa de transports i comunicacions que li permeten connectar el port i l'aeroport amb les autopistes i la xarxa ferroviària.
- És la primera ciutat europea en qualitat de vida, com ho demostren les enquestes i les opinions dels professionals.
- Compta amb uns recursos humans preparats, qualificats tècnicament i multilingües, amb una gran ètica del treball i un gran sentit de la responsabilitat, qualitats que han adquirit gràcies a la gran oferta de formació de la ciutat.
- Presenta una oferta immobiliària competitiva per als negocis, amb una relació qualitat-preu excel·lent en el mercat d'oficines.
- Disposa d'una estructura econòmica diversificada, amb sectors econòmics tradicionals ben consolidats i nous sectors estratègics amb un alt grau d'internacionalització i projecció de futur.
- Presenta una àmplia oferta formativa i de primer nivell, amb 7 universitats i 5 escoles de negocis de renom internacional.
- És una ciutat en transformació constant, plena de nous projectes.

## LA PROMOCIÓ ECONÒMICA INTERNACIONAL DE LA CIUTAT

Promocionar l'economia d'una ciutat a escala internacional significa, en primer lloc, captar persones, captar empreses i captar institucions. És a dir, significa atraure cap a la ciutat i la seva àrea d'influència els millors professionals, les millors empreses i les institucions més importants en termes de prestigi i repercussió. També vol dir atraure visitants que vénen a la ciutat a gaudir-ne com a turistes o com a consumidors d'oci o cultura.

En segon lloc, la promoció significa posicionar adequadament a escala internacional els productes i els serveis que les persones, les empreses i les institucions de la ciutat venen a l'estranger; ajudar els nostres operadors econòmics a obrir-se mercats, a saber competir i aprofitar aquest esforç per fer palès el prestigi de la marca Barcelona.

# SECTORS ESTRATÈGICS AMB MARCA BARCELONA



Jordi Portabella  
Segon Tinent Alcalde de Barcelona

## LA MARCA BARCELONA: TREBALLEM JUNTS EN SECTORS DE FUTUR

Cada vegada més empreses amb sentit de futur escullen establir-se a Barcelona, i ens complau constatar com, una vegada instal·lades, les seves expectatives són plenament satisfetes. I cada vegada Barcelona té una major consideració internacional com a ciutat amb grans possibilitats en molts dels sectors que presenten més projecció de futur.

L'Ajuntament de Barcelona vol ser un ajuntament emprenedor, un ajuntament promotor que transformi voluntats en objectius compartits. Aquesta és la filosofia de base dels nostres instruments de promoció internacional. I aquests instruments, sectorials i mixtos, els englobem sota la marca paraigua Barcelona, que els identifica i potencia. Són sectorials perquè estan basats en una promoció específica de determinats sectors econòmics i d'activitat de la ciutat, i són mixtos perquè es basen en la col·laboració entre el sector públic i el privat: és a dir, entre l'Ajuntament, les empreses privades de cada sector i altres institucions barcelonines i de la resta del país implicades en cadascuna de les activitats tractades.

Així doncs, Barcelona vol aprofundir en la potenciació dels sectors econòmics que tinguin majors oportunitats de desenvolupament futur. La ciutat compta actualment amb 10 plataformes de cooperació publicoprivada, algunes de les quals amb una trajectòria llarga. Són sectors amb una gran projecció, estan organitzats, potencien la cooperació publicoprivada i fan servir la marca Barcelona com un actiu, una marca que n'és un referent. Es tracta de plataformes dedicades a la promoció específica de determinats sectors econòmics i d'activitat, en els quals Barcelona té un diferencial positiu respecte d'altres ciutats i la promoció exterior dels quals pot ser particularment útil per a les empreses barcelonines que hi estiguin interessades.

Aquesta tasca de projecció, que es va començar ja molt abans dels Jocs Olímpics, ha estat possible gràcies a la gran col·laboració i complicitat entre l'Ajuntament i altres administracions públiques, les empreses de l'àrea de Barcelona i les principals institucions i entitats econòmiques de la ciutat.

El Pla Estratègic Metropolità, presentat l'any 2003, té com a missió proposar –en un marc de cooperació publicoprivada i intermunicipal i amb la participació dels agents econòmics i socials– els processos de transformació necessaris a l'àrea metropolitana de Barcelona per tal d'orientar el desenvolupament econòmic i social d'aquest territori i la regeneració constant del seu potencial de creixement. Les aportacions de les plataformes de col·laboració pública i privada durant el



## ELEMENTS DE LA PUBLICACIÓ

procés d'elaboració del Pla i, posteriorment, durant la revisió que se n'ha fet, han estat molt significatives, i han estat incorporades al document del Pla.

Barcelona confirma, així, la seva llarga vocació de cooperació pública i privada i es reafirma com a ciutat atractiva i acollidora per als negocis i la inversió.

Aquesta edició incorpora informació rellevant sobre cadascuna de les plataformes de col·laboració pública i privada vigents. En concret, inclou les dades següents:

- Una fitxa descriptiva de l'entitat, amb les dades bàsiques, una descripció de la plataforma i la relació dels membres que la componen, com també les principals activitats que desenvolupa.
- Una relació de les propostes estratègiques, oportunitats i amenaces que marquen les línies d'actuació de cada plataforma.
- Indicadors econòmics del sector estratègic que representa la plataforma i que permeten reflectir-ne el pes econòmic a l'àrea de Barcelona. Cal fer esment de l'esforç i la dificultat que representa calcular i quantificar l'impacte econòmic de cada sector, per la qual cosa la informació facilitada en aquest apartat presenta un grau de variabilitat elevat.

# ÍNDEX



8

PÀGINA

FUNDACIÓ  
BARCELONA DIGITAL

16

PÀGINA

BARCELONA  
AERONÀUTICA I DE L'ESPAI

22

PÀGINA

BARCELONA  
CENTRE UNIVERSITARI

28

PÀGINA

FUNDACIÓ  
FÒRUM AMBIENTAL

32

PÀGINA

FUNDACIÓ  
PER AL DESENVOLUPAMENT  
DE LA DIETA MEDITERRÀNIA

36

PÀGINA

BARCELONA CENTRE LOGÍSTIC

42

PÀGINA

TURISME DE BARCELONA

46

PÀGINA

BARCELONA  
CENTRE FINANCER EUROPEU

48

PÀGINA

BARCELONA CENTRE MÈDIC

52

PÀGINA

BARCELONA  
CENTRE DE DISSENY

56

PÀGINA

BIOREGIÓ

# FUNDACIÓ BARCELONA DIGITAL



## A

### FITXA DESCRIPTIVA DE L'ENTITAT

#### DADES BÀSIQUES DE L'ENTITAT

Sector:	Noves tecnologies i serveis avançats
Any de constitució:	2003
Règim jurídic:	Fundació privada
Nombre de membres:	12
President:	Antoni Massanell, Director General Adjunt Executiu de la Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona, "la Caixa".
Web:	<a href="http://www.bcndigital.org">www.bcndigital.org</a>

## 1

### QUE ÉS BARCELONA DIGITAL?

La Fundació Barcelona Digital (FBD) és una entitat privada sense ànim de lucre que inicia l'activitat regular l'any 2003 amb la missió de promocionar i fomentar la ciutat de Barcelona i Catalunya com a centre estratègic d'implantació i generació de negocis, empreses i projectes innovadors. Un dels objectius bàsics de la fundació és contribuir a la millora de la competitivitat de les empreses a través de la difusió i la transferència de tecnologia, com també dur-ne a terme la generació i el desenvolupament per tal fomentar la creació de serveis i productes en l'economia digital que aportin benestar social, generin activitat econòmica, retinquin el talent i atreguin inversió econòmica local i estrangera.

Així mateix, la FBD vol potenciar el clúster com a model empresarial dins l'àmbit de les noves tecnologies i els serveis avançats per convertir Barcelona en un centre de desenvolupament tecnològic, tant en l'àmbit local com internacional.

## 2

### MEMBRES

El patronat de la FBD està compost per la Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Barcelona, "la Caixa", Capgemini, EDS, Fujitsu, Fundació Esade, Getronics, HP i Mapa INC. A més, compta amb Microsoft i Telefónica com a patrocinadors.

## 3

### PRINCIPALS ACTIVITATS

**Estudis i serveis d'informació**  
Realització de prospectives de mercat orientades a identificar àrees emergents d'innovació. Un cop definides, aquestes àrees passen a formar part de l'agenda d'activitats de la FBD.



- Estudi *CMT: impacte econòmic i social del trasllat de la seu del regulador a Barcelona*
- Estudi sobre la subcontractació (*outsourcing*)  
Detectem l'oportunitat de realitzar un estudi per elaborar una guia de serveis de subcontractació orientada a promoure Barcelona, internament i externa, com a plaça excel·lent de prestació.
- Implantació del Programari Lliure (PL)  
La FBD dona suport al desenvolupament del sector del programari, i busca la creació i la consolidació d'un teixit empresarial amb projecció internacional, capaç de fer front a serveis innovadors gràcies a la R+D i al seu foment en col·laboració amb organismes públics i privats.
- Mapa de Recursos Tecnològics de Catalunya  
L'objectiu és promocionar l'espai tecnològic i industrial català, donant a conèixer els agents que actuen en el sector TIC i fent paleses les capacitats que ofereix el país. Actualment el MapaTIC ofereix informació de 600 empreses.  
[www.mapatic.net](http://www.mapatic.net)

#### Assessorament i consultoria

- Emprendedor XXI  
La FBD adopta el paper d'institució per a la gerència assistida en aquesta iniciativa -impulsada per "la Caixa"- per tal de promoure, entre els emprenedors, les eines necessàries per al desenvolupament de projectes empresarials com a fórmula per generar sortides professionals i nous negocis. En concret, la seva activitat consisteix en l'assessorament tecnològic i l'avaluació de projectes de base tecnològica TIC. [www.emprendedorXXI.es](http://www.emprendedorXXI.es)
- Assessorament en telecomunicacions  
La FBD assessora diverses entitats públiques i privades en el desenvolupament dels seus projectes de telecomunicacions.

#### Desenvolupament de projectes

- Projecte Brasília  
La FBD participa, junt amb universitats i empreses, en el projecte Brasília, les finalitats del qual són avaluar la sostenibilitat i la tecnologia en l'edificació actual i desenvolupar un habitatge amb les tecnologies i les telecomunicacions més avançades.
- E-inclusió  
Conjuntament amb l'empresa Transit, la FBD vol desenvolupar un portal web basat en agents intel·ligents, que permeti als professionals de la inserció social trobar recursos digitals i bones pràctiques utilitzades a Europa per facilitar la inclusió social, l'acollida d'immigrants, l'educació especial, etc.

- E-Recepta  
La FBD participa en el desenvolupament del projecte de recepta electrònica a Catalunya. Aquest projecte té com a objectiu facilitar una plataforma per a l'eliminació progressiva de les receptes mèdiques en format paper i un millor control farmacològic i de la despesa associada.
- E-Factura  
La FBD vol treballar per desenvolupar solucions i projectes pilot per permetre l'enviament, la recepció i la gestió de factures en format digital.
- Punts d'informació sense fils (*bluetooth*)  
Amb l'objectiu essencial d'interactuar amb un gran nombre de ciutadans i turistes de Barcelona, relacionar-s'hi i emocionar-los, la FBD i Futulink han dissenyat un projecte que facilita l'accés gratuït a continguts multimèdia a través d'enllaços *bluetooth* des de telèfons mòbils i PDA.

Projectes estratègics

- Creació del clúster de multilingüisme  
La FBD ha finalitzat l'avantprojecte de creació del clúster de multilingüisme. Aquest clúster té com a objectiu esdevenir el centre de referència de la localització de documentació, la traducció i les tecnologies de la parla a escala europea.
- Acceleració de la implantació de l'IPv6 a Espanya  
La FBD ha proposat, a través de l'entitat pública empresarial Red.es, portar a terme un conjunt d'accions a fi d'accelerar la implantació a Espanya del protocol IP versió 6.
- Centre Tecnològic TIC  
El centre, de nova creació, tindrà la missió de transferir R+D a la innovació de les empreses i institucions en el marc de l'economia digital. La FBD col·labora amb el CIDEM participant en l'elaboració del projecte.
- Casa de les TIC i Casa de la Productivitat  
Conjuntament amb 22@BCN i la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació (DURSI), la FBD participa en el projecte de desenvolupament d'un edifici singular de caràcter divulgatiu, experimental i interactiu per apropar les TIC al ciutadà i a les empreses.
- Xarxa europea de CT sobre mobilitat (*living-labs*)  
En coordinació amb 22@BCN, la FBD participa en el projecte de creació d'un clúster d'empreses tecnològiques al voltant de la mobilitat, on es treballa de manera conjunta amb la xarxa "living-labs" europea i dues ciutats més de Catalunya.
- Desenvolupament, creixement i consolidació de la figura Empresa Adherida a la FBD. Les empreses del MapaTIC que s'hi acullin es beneficiaran de serveis exclusius de suport, treball en xarxa (*networking*) i promoció de l'empresa. La FBD els facilitarà la participació en projectes i en una plataforma de col·laboració i de projecció excel·lent.

Promoció i divulgació

- Internet Global Congress (IGC), congrés anual de referència sobre Internet i la societat de la informació a Espanya. L'IGC celebrarà del 6 al 10 de juny de 2005 la seva setena edició. [www.igcweb.net](http://www.igcweb.net)
- Premis IGC a la Innovació Digital  
En el marc de l'IGC, la FBD convoca cada any els Premis IGC a la Innovació Digital amb l'objectiu de reconèixer el talent i les aportacions tant de les empreses ja consolidades com de joves emprenedors o de professionals o universitaris que han desenvolupat projectes tecnològics.
- Foment de les "ciutats digitals"  
La FBD participa en el debat europeu sobre el concepte de *ciutat digital* i la posició de Barcelona respecte d'altres experiències internacionals.
- Debats sobre economia i tecnologia digital  
Trobades mensuals, obertes a tothom i gratuïtes, per discutir sobre tecnologies concretes o sobre la implicació d'aquestes en el món de la tecnologia i de l'economia digital.

- 3GSM World Congress  
Congrés sobre tecnologies i serveis de mobilitat que se celebrarà a Barcelona del 13 al 16 de febrer de 2006. La FBD ha donat suport, juntament amb Turisme de Barcelona i altres entitats, a la candidatura de Barcelona com a ciutat de celebració d'aquest congrés, i ha presentat una proposta de treball a l'organització de l'esdeveniment.

Atracció d'implantació d'activitats i inversions internacionals

- American Friends Foundation  
Té com a objectiu promoure la inversió de multinacionals nord-americanes en les filials ubicades a Catalunya.
- Art Center College of Design  
La iniciativa d'impulsar la instal·lació del Pasadena Art Center College of Design a Barcelona va lligada als objectius de convertir la ciutat en el centre del coneixement de la Mediterrània, atraure inversió estrangera i alhora donar suport a la creació de clústers estratègics. L'Art Center, una de les escoles de disseny més importants del món, ajudaria a atraure noves indústries dedicades a aquest sector; a més, potenciaria la imatge de Barcelona com a capital internacional del disseny.

B

PROPOSTES

1

PROPOSTES ESTRATEGIQUES

- Promoure i fomentar la ciutat de Barcelona i l'àrea metropolitana com a centre estratègic d'implantació i de generació de negocis, empreses i projectes innovadors.
- Apostar de manera decidida, per part de tots els agents (Administració pública, empreses, universitats) pel sector o sectors amb més potencial de creixement: sector TIC, audiovisual, biotecnologia.
- Mantenir i potenciar el coneixement i l'ús de les TIC en el conjunt de la societat.
- Activitats de prospecció de mercats orientades a identificar àrees emergents d'innovació, entorn en el qual es pretén la promoció de clústers.
- Fomentar la cultura de la innovació.
- Fomentar l'esperit emprenedor.
- Promoure i consolidar la imatge internacional de Barcelona com a ciutat capdavantera en el desenvolupament de la societat del coneixement.

2

OPORTUNITATS

- Fer de Barcelona un dels entorns principals per a l'establiment d'empreses tecnològiques.
- Impuls per a la creació de clústers: del multilingüisme, de l'audiovisual, del programari lliure, de la televisió digital terrestre i de la innovació com a models propis de creixement econòmic.
- Atracció d'inversions estrangeres.
- Promoció de la imatge de Barcelona com a ubicació d'actors i/o projectes que facin un ús intensiu de les TIC o desenvolupin serveis i productes TIC.
- Impuls a la subcontractació (*outsourcing*) de productes i serveis TIC com a via per ser més competitius.
- Augment de l'ús de les TIC a l'empresa i millora de l'eficiència en l'ús que se'n fa a partir de mesures formatives.
- Atracció del talent dels immigrants dels països incorporats a la UE amb un nivell de formació alt.
- Afavoriment de la transferència tecnològica entre les universitats i les empreses per tal que aquestes siguin més productives i competitives.
- Foment de la coordinació d'empreses, emprenedors, centres de recerca, trampolins empresarials i parcs tecnològics del sector TIC per tal d'afavorir la competitivitat i la internacionalització dels proveïdors locals.



- Poc incentiu fiscal a les empreses per al foment a la R+D+i.
- Amenaça continua d'imposició de noves mesures fiscals i regulatòries que alteren els plans de negoci de les empreses.
- Polítiques desarticulades entre les diferents administracions públiques.
- Tradició escassa de col·laboració entre empreses mitjanes i petites per tal de generar clústers.
- Desconeixement, per àrees d'activitat, de les empreses catalanes del sector TIC.
- Manca d'informació completa i detallada sobre el sector TIC a Barcelona i a l'àrea metropolitana.
- Atomització d'empreses, poca cultura innovadora i por a la implementació de les TIC.

INDICADORS ECONÒMICS DEL SECTOR

EQUIPAMENT TIC A LES LLARS CATALANES  
(DADES CORRESPONENTS A LA TARDOR DE 2003)

A la tardor del 2003, el 55,1% de les llars catalanes disposen d'ordinador i el 34,6% de connexió a Internet. Pel que fa a la telefonia, el 82,2% de les llars disposen d'un telèfon mòbil, mentre que un 53,4% tenen dos o més mòbils. Respecte a l'equipament audiovisual, convé destacar l'increment notable de lectors de DVD, i també s'observa una major disponibilitat de reproductors i gravadores de CD. Quant a la televisió, el 99,9% de les llars catalanes en disposen i un 12,1% tenen TV per satèl·lit de pagament.

% llars			
	2002 (tardor)	2003 (primavera)	2003 (tardor)
Equipament informàtic			
Ordinador	48,3	51,6	55,1
1 ordinador	37,7	36,9	40,3
2 o més ordinadors	10,7	14,7	14,8
Connexió a Internet	31,6	33,1	34,6
Per mòdem	21,0	20,6	20,6
Per XDSI, ADSL, cable i altres	7,9	11,1	13,8
Tarifa plana	18,1	19,4	20,9
Telefonia mòbil			
Llars amb mòbil	73,1	78,4	82,2
1 mòbil	31,4	30,4	28,8
2 o més mòbils	41,6	48,0	53,4
Equipament audiovisual			
Lector DVD	19,6	32,2	40,8
Reproductor CD	54,9	56,2	59,1
Gravadora CD	12,5	19,1	21,4
Vídeo	77,7	78,6	-
Televisió	99,7	99,9	99,9
TV terrestre de pagament	9,7	9,2	11,2
TV per satèl·lit gratuïta	3,1	11,0	10,4
TV per satèl·lit de pagament	10,9	12,1	12,1
TV per cable	2,5	4,5	4,4
Total llars (milers)	2097,9	2338,2	2332,8

Font: DURSI i Institut d'Estadística de Catalunya.

ÚS PERSONAL DE LES NOVES TECNOLOGIES A CATALUNYA (DADES CORRESPONENTS A LA TARDOR DE 2003)

A la tardor del 2003, l'ús personal de les noves tecnologies a Catalunya comporta que un 59,4% de les persones de 15 o més anys ha utilitzat alguna vegada l'ordinador els darrers tres mesos abans de la data de referència, un 30,1% ho fa com a mínim un cop al dia i el lloc més utilitzat és la llar (38,7%), tot i que l'indicador “altres llocs” ha experimentat un augment notable i se situa en un 16,9%. Respecte a l'ús d'Internet, un 46,8% s'ha connectat alguna vegada en els darrers tres mesos i un 19,6% ho fa com a mínim un cop al dia. El lloc des d'on es fa amb més freqüència la connexió és des de la llar (27,8%), seguit del lloc de treball (18,9%) i altres llocs (13,9%).

% persones			
	2002 (tardor)	2003 (primavera)	2003 (tardor)
Ordinador			
L'ha utilitzat alguna vegada	59,6	57,5	59,4
Freqüència d'ús:			
un cop al dia	34,9	29,1	30,1
un cop a la setmana	12,7	12,7	11,4
un cop al mes	3,3	4,4	5,4
amb menys freqüència	8,8	11,3	12,5
A on:			
a la llar	43,5	39,2	38,7
al lloc de treball	28,9	25,7	27,0
al lloc d'estudi	12,1	11,0	10,5
punts públics Administració	5,2	8,2	10,0
en altres llocs	6,5	9,9	16,9
Internet			
S'hi ha connectat alguna vegada	46,6	46,0	46,8
Freqüència d'ús:			
un cop al dia	20,3	20,0	19,6
un cop a la setmana	14,5	12,7	13,4
un cop al mes	4,4	4,8	5,4
amb menys freqüència	7,5	8,6	8,5
A on:			
a la llar	32,3	28,4	27,8
al lloc de treball	16,0	17,2	18,9
al lloc d'estudi	8,3	9,1	8,7
punts públics Administració	4,3	6,0	7,8
en altres llocs	8,3	9,8	13,9
Total població (milers) <sup>1</sup>	5384,4	5600,2	5581,4

Font: DURSI i Institut d'Estadística de Catalunya.

<sup>1</sup>Població de 15 o més anys.

EQUIPAMENT I ÚS DE LES TIC A L'EMPRESA CATALANA (DADES CORRESPONENTS A 2003)

% empreses			
	2001	2002	2003
Connexió a Internet	92,1	94,7	95,7
Correu electrònic	86,9	92,8	94,8
Intranet	32,7	43,3	40,5
Lloc web	52,7	54,8	57,5
Domini propi	47,5	50,3	-
Compren per Internet	15,0	24,4	30,1
Venen per Internet	7,0	9,6	7,7
Compren o venen per Internet	19,0	30,6	33,2

Font: DURSI i Institut d'Estadística de Catalunya.

# 4

ADOPCIÓ DE LES TIC A L'ADMINISTRACIÓ LOCAL DE CATALUNYA (DADES FACILITADES EL SETEMBRE DE 2004 SOBRE L'ENQUESTA REALITZADA EL 2003)

De forma sintètica es pot apreciar el grau d'adopció de les TIC a l'Administració local amb els indicadors de la taula següent, obtinguts a partir de l'enquesta feta el 2003:

Indicador	%
Inversió en TIC sobre els pressupostos globals	1,6
Accés amb banda ampla	51,8
Web propi	56,3
Servidors segurs	23,1
Ús regular d'Internet per part dels treballadors de l'Administració	23,6
Ordinadors connectats a Internet	84
Treballadors que han rebut formació en TIC	21,2

Font: Observatori sobre la Societat de la Informació.

# 5

EVOLUCIÓ DELS USUARIS D'INTERNET A CATALUNYA

Any	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Evolució dels usuaris (%)	4,8	8,2	11,15	18,6	26,6	27,1	30,8	36,5

Font: EGM 3a onada 2004 – octubre / novembre.





# BARCELONA AERONÀUTICA I DE L'ESPAI



## A

### FITXA DESCRIPTIVA DE L'ENTITAT

#### DADES BÀSIQUES DE L'ENTITAT

Sector:	Aeronàutica i espai
Any de constitució:	2000
Règim jurídic:	Associació
Nombre de membres:	93
President:	Fernando de Caralt (president de CIMSA)
Web:	www.bcnaerospace.org

## 1

UN SECTOR ESTRATÈGIC  
EN PLENA EXPANSIÓ

L'aeronàutica i l'espai són sectors en els quals convergeixen les tecnologies més avançades, amb un destacat nivell de R+D (el 14% sobre facturació). Així mateix, són sectors que han estat definits com a prioritaris per la Unió Europea en el seu VI Programa Marc (essent una de les sis úniques prioritats que preveu el VI PM) i que generen un percentatge elevat d'ocupació induïda.

Barcelona va ser una ciutat pionera en els inicis de l'aviació a l'Estat espanyol, a principis del segle XX. Avui Catalunya té un sector aeroespacial en plena expansió, dinàmic i capaç de liderar iniciatives de molt valor afegit. En els quatre anys que han transcorregut des de la creació de BAIE, la facturació del sector aeroespacial català ha passat de ser el 0,9% del sector aeroespacial espanyol a ser-ne el 4,1%. Amb el gran potencial de creixement que encara té per davant, i malgrat no haver assolit encara una fase de maduresa, el sector aeroespacial català factura una mitjana de 113.209 € per treballador i any, xifra que multiplica per cinc la facturació mitjana de la indústria catalana.

Barcelona constitueix un entorn molt favorable per al desenvolupament del sector aeronàutic i espacial. Tant les universitats com el teixit empresarial català col·laboren estretament en diversos projectes aeroespacials a escala nacional i europea. El sector aeroespacial ha incrementat notablement la seva activitat en els darrers anys a Catalunya i té ara per ara unes perspectives molt bones, tant per a la participació de les nostres empreses en programes aeronàutics de primer nivell (A380, A400M, B787) com en el camp de les aplicacions i serveis de navegació per satèl·lit (Galileo). El 91% del sector aeroespacial europeu correspon a l'aeronàutica, mentre que el 9% restant correspon a l'espai. En el cas de les empreses de BAIE, aquesta divisió és del 77% i del 23%, respectivament. Estem particularment orgullosos del nostre sector espacial, ja que en formen part empreses i participacions molt importants.



© 2005 ESA - CNES - ARIANESPACE / Photo Service Optique Vidéo CSG

## 2

QUÈ ES BARCELONA AERONÀUTICA  
I DE L'ESPAI?

Barcelona Aeronàutica i de l'Espai (BAIE) és una associació sense ànim de lucre creada a finals del any 2000, els principals objectius de la qual són:

1. Desenvolupar un clúster aeroespacial competitiu per consolidar i potenciar la presència del sector aeronàutic i de l'espai a la regió metropolitana de Barcelona i a Catalunya.
2. Captar més activitats econòmiques relacionades amb el sector aeronàutic i de l'espai.
3. Potenciar l'oferta formativa, tant en l'àmbit universitari com no universitari.
4. Establir relacions estratègiques i acords de cooperació amb altres regions capdavanteres en el sector aeroespacial.

BAIE compta actualment amb 93 membres; n'és president el Sr. Fernando de Caralt (president de CIMSA) i n'és vicepresident el Sr. Pedro Mier (president de Mier Comunicaciones).

## 3

MEMBRES

**Institucions fundadores (3):** Ajuntament de Barcelona; Generalitat de Catalunya; Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.

**Organismes col·laboradors (3):** AENA; Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona; Diputació de Barcelona.

**Administracions locals (5):** Ajuntament de Sabadell; Ajuntament del Prat de Llobregat; Ajuntament de Badia del Vallès; Ajuntament de Terrassa; Ajuntament de Reus.

**Empreses (61):** ABERTIS; ABGAM; Aeroempordà SL; Aeromaintenance Consulting SL; Aeroports de Catalunya; Altamira Information; ARIBER; ARTE SA; ASM Dimatec; ATOS Origin SAE; Bax Global SA; CADTECH Ibérica SA; Centre Intermodal de Logística SA; CIMSA Ingeniería de Sistemas SA; COMPASS Ingeniería y Sistemas SA; Composites ATE; CROUZET Automatismos SAS; Diseño Industrial ITALDESIGN SL; EDAG Engineering+Design SA; ELHCO; EDV Ferroviaria Aeronáutica y Automoción SL; EPSA; FAINSA; Gestió i Promoció aeroportuària; GTD Ingeniería de Sistemas y de Software SA; GUTMAR Mecánica de Precisión SA; Heliports de Catalunya; ICR- Ingeniería para el Control del Ruido; IDD; IDOM Ingeniería y Sistemas SA; INDRA Espacio SA; Industria HELICAT; Industrial NEOTEX SA; INGENIA; MESIMA Barcelona; Metalográfica; Mier Comunicaciones SA; Mission Air; NTE-Nuevas Tecnologías

Espaciales SA; Pildo LABS; Planeta Planetari; Prae Trade; Procon Systems; Promaut; RDI; Quantech ATZ; Retevisión SAU; Rücker Lypsa; Sener Ingeniería y Sistemas; Serra Aeronautics; Solid Ingeniería; Starlab Barcelona; TAF Helicópteros; TEAM-Tecnología Europea Aplicada al Movimiento SL; Talleres Fiestas; Talleres Maype; Tismi; TELSTAR Tecnología Mecánica SL; TMS Aritex Cading; Tratamientos Térmicos Carreras; Ultrámagic SA.

**Universitats, centres de formació, centres de R+D+i (12):** CAR Sant Cugat; CDAL; CESDA Fundació REGO; CFO La Paperera; CIEFMA; CIMNE; CPT-EDM; Fundació PAC-Parc Aeronàutic de Catalunya; Institut d'Estudis Espacials de Catalunya (IEEC); Universitat Autònoma de Barcelona (UAB); Universitat de Barcelona (UB); Universitat Politècnica de Catalunya (UPC).

**Associacions, fundacions i altres entitats (7):** Aeroclub Barcelona-Sabadell; Associació BCL - Barcelona Centre Logistic; AOPA-Spain; Associació d'Enginyers Aeronàutics d'Espanya; Federació Aèria Catalana; Foment del Treball Nacional; Fundació Parc Aeronàutic de Catalunya.

**Bancs i entitats financeres (2):** Banc Sabadell; Catalana d'Iniciatives de Capital Risc, SA.

- Promoure la participació d'empreses de l'àrea de Barcelona en els projectes Airbus A380, Airbus A400M, Airbus A350, Boeing 787 i en el sistema Galileo de navegació per satèl·lit, en col·laboració amb grans consorcis del sector aeroespacial com AIRBUS, BOEING, EADS, i agències com ESA i NASA.
- Controlar les certificacions d'empreses de BAIE d'acord amb les normatives vigents del sector aeroespacial.
- Desenvolupar accions de promoció, missions comercials i missions a salons com Le Bourget i Farnborough, ésser presents en jornades i trobades, mantenir contactes amb empreses i altres associacions i cambres de comerç.
- Fomentar la participació de les pimes catalanes en el VI Programa Marc de la UE a través del projecte ECARE.
- Crear una borsa de treball a la intranet de BAIE –accessible per part de totes les empreses del sector aeroespacial i per part dels membres de l'Associació– i participar en el Consell Promotor de la Formació Professional.
- Coordinar els diversos comitès de treball de BAIE –Comitè de Tecnologia, Comitè de Finances, Comitè de Qualitat, Comitè de Seguretat i Defensa i Comitè de Divulgació– com òrgans de l'Associació que activen i potencien àrees específiques de treball, amb la participació activa dels socis de BAIE.
- Constituir Enginyeria Aeronàutica INGENIA AIE com a agrupació de 15 empreses de BAIE, primera enginyeria a escala estatal quant a recursos humans i tecnològics, amb l'objectiu d'oferir capacitats conjuntes d'enginyeria aeroespacial als grans contractistes del sector.
- Col·laborar en el llançament del CSAG (Centre de Serveis i Aplicacions Galileo de Barcelona).
- Membres fundadors del CTAE (Centre Tecnològic de l'Aeronàutica i de l'Espai), impulsat per la Secretaria d'Indústria de la Generalitat de Catalunya.
- Membres del Consorci INAVSAT, un dels dos consorcis europeus que opten a la concessió de la llicència d'explotació del sistema Galileo.
- BAIE és un soci actiu de les associacions ATECMA i AFARMADE.
- BAIE representa la indústria espanyola en l'Space R&T workgroup de l'associació ASD.
- BAIE manté una col·laboració activa amb altres clústers europeus del sector aeroespacial.
- La ciutat de Barcelona és la presidenta de la CVA - Comunitat de Ciutats Ariane (un *lobby* de ciutats europees que participen en el programa Ariane) durant el període 2005-2006. BAIE n'ostenta la secretaria general durant aquesta presidència.

- Aconseguir que Barcelona aparegui en el mapa aeroespacial europeu com el nou pol de desenvolupament del sector. Aquest objectiu passa necessàriament per la implicació de les nostres empreses en els projectes europeus de major envergadura (projectes A380, A400M i Galileo i els posteriors B787 i A350). L'objectiu final és que el sector aeroespacial català representi un 18-20% del sector aeroespacial espanyol.
- Captar per a Barcelona grans empreses o consorcis europeus amb necessitat d'expansió de les seves activitats o àrees de negoci. Cal destacar la gran oportunitat que ens ofereix el projecte Galileo i la pertinença de BAIE al consorci INAVSAT.
- Apostar perquè l'Aeroport de Barcelona sigui el centre d'excel·lència logística del sud d'Europa, amb el desenvolupament de la infraestructura necessària per acollir les operacions dels grans A380 versió càrrega. Dotar Catalunya de la mateixa densitat d'aeròdroms d'altres zones europees amb nivell de renda similar, impulsant l'aparició d'aquestes instal·lacions en les comunitats de més de 20.000 habitants. En aquest sentit, la Generalitat va aprovar un pla d'aeroports i un pla d'heliports que cal executar amb urgència.
- Donar a conèixer les capacitats de les nostres empreses aeroespacials a les grans empreses tractores del sector, tant dins l'Estat espanyol com a la resta d'Europa, mitjançant contactes directes amb aquestes.
- Aprofitar la situació estratègica de Barcelona respecte el principal pol aeroespacial europeu: Toulouse. Hem d'enfortir les relacions institucionals (Ajuntament i Generalitat), les industrials, les acadèmiques i les de recerca.
- Impulsar la participació de les pimes (un 90% d'empreses del sector aeroespacial a Barcelona són pimes) en aquells programes que fomenten de forma especial la integració, la participació activa i amb responsabilitats finals de les pimes; concretament, impulsar-ne la participació en el VI Programa Marc de la UE i en els plans nacionals de l'espai i de l'aeronàutica.
- Captar sota el paraigües BAIE –que actualment representa el 90% del sector aerospacial català– tots els agents i totes les capacitats industrials que ja estan jugant un paper en el sector, o bé poden jugar-lo perquè provenen d'altres sectors amb sinergies clares amb el sector aeroespacial.
- Enfortir les relacions entre les empreses del sector i la comunitat de recerca tan potent que representen les universitats catalanes, amb importants grups de recerca aeroespacial. El futur Centre Tecnològic de l'Aeronàutica i de l'Espai ha de jugar un paper important en aquest sentit.
- Afavorir la penetració d'una cultura de l'aeronàutica i de l'espai a la societat civil catalana. En aquesta línia, la presidència de la ciutat de Barcelona de la Comunitat de les Ciutats Ariane serà bàsica, la qual cosa permetrà engegar tot un programa de ciutat per impulsar el sector i la cultura aeroespacials.
- Proposar la candidatura de Barcelona com a seu permanent d'un centre de l'Agència Espacial Europea (ESA).

- Participació dels grans projectes europeus que estan en marxa o a punt d'endegar-se: Airbus 400M, Galileo, A350 i altres. En cada un d'aquests projectes trobem vetes de mercat en les quals poden participar les nostres empreses.
- Participació de les nostres universitats i empreses en el VI Programa Marc de la CEE. El VI Programa Marc de Recerca de la UE representa una bona oportunitat d'innovació per a les empreses catalanes del sector. L'Aeroespacial és només una de les sis àrees estratègiques del VI Programa Marc, i tot sembla indicar que hi romandrà durant el VII PM.

- Convertir-nos en el pol emergent d'aquest sector a Espanya, i, per tant, saber canalitzar les noves inversions del sector, que provenen tant de la indústria privada com de diners públics.

- No tenim una mida crítica adequada. A Barcelona no hi ha cap empresa tractora del sector. Diverses empreses de BAIE tenen la mida mínima per poder agafar comandes directament d'Airbus, però no les grans comandes que s'agafen a Madrid, Hamburg o Toulouse.
- L'administració (autònoma i local) estan començant a entendre que aquest és un sector que no s'estén sense suport públic. Totes les regions europees on s'ha desenvolupat el sector aeroespacial (Toulouse, Hamburg, Madrid, País Basc, Andalusia...) i els EUA han tingut suport explícit de l'administració, atès el gran valor afegit del sector i les grandíssimes inversions que fan falta.
- El desconeixement del sector, tant per part de la societat civil catalana com del món polític. Fins fa molt poc temps, el sector aeroespacial era un sector que ni ocupava ni preocupava a la societat civil ni a la classe política. Fins al desembre de 2004 no s'han dut a terme estudis d'enginyeria superior aeronàutica a Catalunya.

C

INDICADORS ECONÒMICS DEL SECTOR

XIFRES GLOBALS DE PRODUCCIÓ I EMPLEATS DEL SECTOR AEROESPACIAL L'ANY 2004 A CATALUNYA

Dades referents al sector aeronàutic 2004	
Vendes totals sector aeronàutic	84.139.000 ¤
Percentatge respecte del total del sector a Catalunya	79,37%
Dades referents al sector espai 2004	
Vendes total sector espai	21.872.000 ¤
Percentatge respecte del total del sector a Catalunya	20,63%
Dades conjuntes referents als sectors aeronàutica i espai 2004	
Cartera de comandes durant l'exercici 2005	44.723.000 ¤
Total d'empleats	747
Facturació per empleat	141.916 ¤
Despesa en R+T+D	7%
Total 2004	
Vendes totals 2004 sector aeroespacial a Catalunya	106.011.000 ¤





# BARCELONA CENTRE UNIVERSITARI



## A

### FITXA DESCRIPTIVA DE L'ENTITAT

#### DADES BÀSIQUES DE L'ENTITAT

Sector:	Ensenyament superior i recerca
Any de constitució:	1997
Règim jurídic:	Associació
Nombre de membres:	11
President:	No té cap presidència, sinó un comitè executiu format per dues universitats, la Generalitat i l'Ajuntament
Web:	<a href="http://www.bcu.cesca.es">www.bcu.cesca.es</a>

## 1

BARCELONA, UNA DE LES MAJORS  
COMUNITAT UNIVERSITÀRIES D'EUROPA

Barcelona té una llarga i dilatada tradició universitària que es remunta a fa més de 500 anys, i actualment disposa d'una oferta de primer nivell amb set universitats –que apleguen més de 204.000 estudiants–, escoles de negocis de renom internacional (ESADE, IESE, EADA...) i un nombre creixent de centres de transferència de tecnologia i coneixement. Alhora disposa d'una xarxa important de parcs científics i tecnològics, la majoria d'ells vinculats a les universitats, els quals han esdevingut eines importants per ampliar les relacions universitat-empresa i la promoció de les activitats d'investigació i desenvolupament. També gaudeix d'un gran potencial en la captació d'estudiants estrangers (especialment d'Europa i d'Amèrica Llatina), que poden convertir-se en els millors ambaixadors o prescriptors de la nostra ciutat en el futur.

Les universitats de Barcelona estan fermament arrelades a l'àrea i a la regió metropolitana de la ciutat, com també a l'estructura social i industrial; a més, constitueixen un espai científic i cultural obert al món.

El nou model universitari derivat de la Declaració de Bolonya té com a objectiu principal fomentar la mobilitat de tota la comunitat universitària (estudiants, professors, investigadors, PAS), tant nacionalment com internacionalment. Cal esperar que el nombre d'estudiants forans (estrangers i de la resta de l'Estat) continuï augmentant a les universitats de Barcelona en els propers anys, tal com ha fet fins ara.



Foto cedida per la arxiu de publicacions de la Universitat de Barcelona.

## 2

QUÈ ÉS BARCELONA CENTRE  
UNIVERSITARI?

Barcelona Centre Universitari (BCU) es va constituir l'any 1997, en l'àmbit de l'ensenyament superior i la investigació, com un conveni entre les universitats i les administracions públiques amb l'objectiu de millorar l'oferta d'acollida per a la comunitat universitària estrangera de la ciutat i col·laborar amb altres administracions o associacions en la promoció de la ciutat com a destí universitari internacional de primer ordre.

Actualment, BCU està constituït per un total d'onze institucions i no té cap presidència, sinó un comitè executiu –format per un representant de cadascuna d'aquestes entitats– més una comissió permanent, formada pel representant de la Generalitat, el de l'Ajuntament i els de dues de les universitats de Barcelona i la seva àrea d'influència.

Per les seves característiques, BCU constitueix un referent únic en tot l'Estat espanyol destinat a facilitar l'acollida de la comunitat forana que realitza una estada a les universitats de la ciutat.

## 3

MEMBRES

Ajuntament de Barcelona; Generalitat de Catalunya; Universitat de Barcelona; Universitat Autònoma de Barcelona; Universitat Politècnica de Catalunya; Universitat Pompeu Fabra; Universitat Ramon Llull, Universitat de Vic, Universitat Internacional de Catalunya; Universitat Abat Oliba; CEU; Fundació Catalana per a la Recerca i la Innovació.

## 4

PRINCIPALS ACTIVITATS

- Gestió d'una central de reserves de l'oferta d'allotjament per a universitaris estrangers: el *Barcelona Housing Service for Students*.
- Gestió d'activitats destinades a la integració cultural i ciutadana dels universitaris estrangers residents a Barcelona i a la seva àrea d'influència. Aquesta gestió inclou la celebració d'una recepció anual de la ciutat per als estudiants forans.
- Creació d'un punt d'informació adreçat a la comunitat universitària forana per tal d'esdevenir un referent en l'acollida i la vida quotidiana d'aquest col·lectiu durant l'estada a la ciutat.
- Lliurament d'una carpeta amb material que faciliti l'acolliment i la integració cultural i ciutadana de l'alumnat estranger.
- Edició d'opuscles informatius que reflecteixen la dinàmica universitària de la ciutat.

# B

## PROPOSTES

# 1

### PROPOSTES ESTRATÈGIQUES

- Manteniment i actualització d'un lloc web (<http://www.bcu.cesca.es>) que ofereix tota la informació, ordenada de manera seqüencial, i tots els serveis que la comunitat estrangera necessita per estudiar a les universitats de Barcelona i preparar l'arribada i l'estada a la ciutat.
- Actuar com a observatori de la vida universitària de Barcelona, aglutinar tota la informació relacionada amb aquest sector i realitzar aportacions en les diferents accions estratègiques i de posició de la ciutat.

# 2

### OPORTUNITATS

- Posar en marxa del Punt d'Informació de BCU amb l'objectiu de facilitar l'acollida del col·lectiu d'universitaris forans i la seva integració a la vida quotidiana de Barcelona. Especialment, es promourà una estratègia de coordinació amb les universitats; aquesta estratègia comença abans d'arribar a Barcelona (lloc web i correu electrònic) i continua durant l'estada a la ciutat (Punt d'Informació i coordinació amb les universitats).
- Esdevenir l'agent únic especialitzat en l'acollida i la integració cultural i ciutadana del col·lectiu universitari (estudiants, professors i investigadors) forà (estrangers i de la resta de l'Estat). Per això, s'ampliaran les institucions adherides al BCU.
- Establir contactes específics amb altres institucions similars a Europa (Estocolm, Roma, *Studentenwerke* alemanys, *Pôles* universitaris francesos...) per crear un consorci de sinergies, col·laboració i d'intercanvi d'informació que afavoreix la mobilitat entre les respectives comunitats.
- Convertir cada universitari forà que ha dut a terme activitats acadèmiques o de recerca a les universitats de Barcelona en prescriptor de Barcelona i del sistema universitari de la ciutat, mitjançant la creació i la gestió d'una base de dades (Punt d'Informació i lloc web) per tal d'establir un canal d'informació constant.
- Crear un observatori universitari amb l'objectiu de recollir i analitzar els indicadors bàsics del sector universitari de la ciutat per radiografiar-ne l'estat i el pes actual i, a continuació, proposar polítiques i accions de millora futures.

# 3

### AMENACES

- Fomentar la mobilitat de tota la comunitat universitària (estudiants, professors, investigadors, PAS), tant nacionalment com internacionalment, tal com indica l'objectiu del nou model universitari derivat de la Declaració de Bolonya. Cal esperar que el nombre d'estudiants forans (estrangers i de la resta de l'Estat) continuï augmentant a les universitats de Barcelona en els propers anys, tal com ha fet fins ara.
- Aprofitar l'avantatge competitiu que suposa per a Barcelona el fet que BCU no tingui cap paral·lisme a la resta de l'Estat espanyol.
- Establir un engranatge adreçat a la "captació de talent", tal com descriu el Pla Estratègic Metropolità de Barcelona, i impulsar les sinergies entre els sectors estratègics.
- Facilitar les accions d'habitatge endegades per BCU, és a dir, obrir l'oferta general d'habitatges a disposició dels universitaris.
- Emprar amb eficàcia la informació constant que mostra la posició de Barcelona i el nivell de qualitat de les seves universitats (estudis de Cushman & Wakefield Healey & Baker, Deloitte i CIDEM...)
- L'oferta d'allotjament per a universitaris forans és insuficient i manca una política sistematitzada de captació.
- Augment generalitzat dels preus dels pisos de lloguer del mercat immobiliari a Barcelona i a l'àrea d'influència.

# C

## INDICADORS ECONÒMICS DEL SECTOR

# 1

### INDICADORS BÁSICS DEL SECTOR

Dades universitàries curs 2003-2004	
Nre. de títols universitaris homologats i propis de 1r i 2n cicle <sup>1</sup>	393 titulacions
Nre. d'estudiants	204.000
Nre. d'estudiants estrangers	8.593
Nre. d'estudiants d'Erasmus	3.500

<sup>1</sup> Les titulacions de 3r cicle –doctorats– són les mateixes que les llicenciatures, per la qual cosa no computen a part.

- Existència d'actuacions amb poca qualitat i, òhuc, fraudulent, adreçades al col·lectiu d'universitaris forans que poden afectar la imatge global que es pretén oferir de la ciutat.
- Manca d'estadístiques oficials sobre la comunitat universitària forana; aquesta manca no permet quantificar ni conèixer a bastament les característiques d'aquest col·lectiu i, per tant, el disseny de polítiques ad hoc.

- Barcelona, juntament amb la resta del sistema universitari català, és la sisena regió europea en nombre de participants en intercanvis internacionals, i se situa només per darrere de les grans concentracions urbanes i universitàries, com ara lle-de-France o Londres.
- Persones de molts països trien Barcelona com a destí universitari. Per exemple, entre els estudiants d'Erasmus dominen els que provenen d'Itàlia, França, Alemanya, Holanda, Regne Unit, Portugal i Bèlgica. També destaquen estudiants de països com Argentina, Mèxic, Colòmbia, Brasil i, fins i tot, d'Andorra, Portugal o el Marroc. Els estudiants que s'han allotjat durant el curs 2003-2004 mitjançant la central d'allotjament de BCU provenen de 34 països diferents.

# 2

### PES ECONÒMIC DEL COL·LECTIU DELS UNIVERSITARIS FORANS

- És difícil, atesa la manca d'estudis específics, conèixer amb exactitud les disponibilitats i els comportaments econòmics dels universitaris estrangers que completen o amplien la seva formació acadèmica i humana a les universitats de Barcelona i a l'àrea d'influència. Conscients, però, de la importància d'aquest sector en la dinamització de l'economia de Barcelona, des de BCU s'ha realitzat tot un seguit d'enquestes a l'alumnat estranger (mitjançant la pàgina web i amb la col·laboració dels usuaris de la central d'allotjament de BCU - *Barcelona Housing Service for Students*) per esbrinar, entre altres aspectes, el comportament econòmic i els hàbits de consum d'aquest col·lectiu.
- Durant el curs 2003-2004 la despesa mitjana mensual de l'alumnat estranger durant la seva estada a Barcelona és de 750 ¤ (no s'hi inclouen les despeses universitàries). Aquesta quantitat es distribueix de la manera següent: un 60% es destina a l'allotjament i a la mantenició, mentre que el 40% restant es gasta en lleure i en l'adquisició de productes.
- L'estada mitjana d'aquests alumnes és, aproximadament, d'uns 7 mesos.

Variables	Nombre
Nombre total d'estudiants a les universitats de Barcelona (curs 2002-03)	204.000
Nombre total d'estudiants estrangers (1r, 2n i 3r cicle -doctorats-) <sup>2</sup>	8.593
Ràtio d'estudiants estrangers (1r, 2n i 3r cicle -doctorats-)	4,2%
Nombre total d'estudiants estrangers (3r cicle -màsters i postgraus-) <sup>3</sup>	4.000
Ràtio d'estudiants estrangers (3r cicle -màsters i postgraus-)	1,9%
Nombre total d'estudiants de l'Estat espanyol (Séneca i nou ingrés) <sup>4</sup>	4.251
Ràtio d'estudiants de l'Estat espanyol	2,1%
<b>Nombre total d'estudiants forans</b>	<b>16.844</b>
<b>Ràtio acumulada d'estudiants forans</b>	<b>8,2%</b>

<sup>2</sup>Estudiants estrangers a les universitats de Barcelona. Els 8.593 estudiants estrangers a les universitats de Barcelona durant el curs 2003-2004 són només els que estaven matriculats en alguna titulació oficial de 1r o 2n cicle i en doctorats. Així, no disposem de dades oficials, però sí aproximades, d'estrangers matriculats a programes d'estudis hispànics i altres convenis de les universitats, com tampoc d'estudiants de programes màster o de postgrau, atès que aquests estudis no són oficials a l'Estat espanyol.

<sup>3</sup>Dades aproximades, no oficials.

<sup>4</sup>Estudiants de la resta de l'Estat a les universitats de Barcelona.

Així doncs, es pot concloure que l'aportació econòmica d'aquest sector a l'economia barcelonina és de:

16.844 estudiants forans   x 7 mesos d'estada mitjana   x 750 ¤ de despesa mensual   = 88.431.000 ¤





# FUNDACIÓ FÒRUM AMBIENTAL



## A

### FITXA DESCRIPTIVA DE L'ENTITAT

#### DADES BÀSIQUES DE L'ENTITAT

Sector:	Medi ambient i empresa
Any de constitució:	1997
Règim jurídic:	Fundació
Nombre de membres:	17 (patronat)
President:	Sr. Ramon Roca, president de Ros Roca
Web:	www.forumambiental.org

## 1

BARCELONA APOSTA PER LA MILLORA AMBIENTAL I LA QUALITAT DE VIDA

El medi ambient és un sector amb un gran potencial de desenvolupament en el futur immediat, que crea activitat econòmica i llocs de treball i, alhora, contribueix a la millora ambiental i de qualitat de vida en l'àrea metropolitana. A més, és una aposta estratègica de Barcelona, que, per mitjà de l'Agenda 21 (Compromís Ciutadà per la Sostenibilitat) establirà les línies d'actuació per aconseguir una ciutat més saludable i més sostenible.

## 2

QUÈ ÉS EL FÒRUM AMBIENTAL?

El Fòrum Ambiental és una fundació sense ànim de lucre, creada el 1997 en l'àmbit de l'empresa i el medi ambient, amb l'objectiu de constituir una plataforma de diàleg i col·laboració entre les empreses, les administracions i la societat en general per tal de desenvolupar i aplicar conjuntament un model de desenvolupament més sostenible que no pas l'actual.

El president és el Sr. Ramon Roca, president de ROS ROCA, i les vice-presidències corresponen a l'honorable conseller de Medi Ambient de la Generalitat de Catalunya i a l'alcalde de Barcelona, que deleguen respectivament en el Sr. Armand Vilaplana, gerent del Centre per a l'Empresa i el Medi Ambient de la Generalitat de Catalunya, i la Sra. Imma Mayol, presidenta de la Comissió de Sostenibilitat, Serveis Urbans i Medi Ambient de l'Ajuntament de Barcelona.

## 3

MEMBRES

**Patronat:** Departament de Medi Ambient de la Generalitat de Catalunya; Ajuntament de Barcelona; Diputació de Barcelona; Àrea Metropolitana de Barcelona; Ajuntament de Lleida, Agència Europea del Medi Ambient; Bureau Veritas; CESPÀ SA; Fira de



Barcelona; Fomento de Construcciones y Contratas; Gas Natural SDG; GBI Serveis SA, Gestió d'Infraestructures SA; Grup AGBAR; Grup HERA; Ros Roca SA; URBASER.

**Comitè tècnic:** ACITRE; ADECAGUA; ATEGRUS; Badalona Centre Internacional de Negocis, Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona; Confederació Sindical de Comissions Obreres; Col·legi d'Aparelladors i Arquitectes Tècnics de Barcelona; Col·legi d'Arquitectes de Catalunya; Col·legi d'Economistes de Catalunya; Col·legi d'Enginyers Industrials de Catalunya; Col·legi de Biòlegs de Catalunya; Col·legi Oficial de Delineants de Barcelona; DEPANA; EcoMediterrànea; Elisava Escola de Disseny; FERCA Territorial Barcelona; Fundació Terra; Govern de Canàries; Institució Catalana d'Història Natural; Institut Cerdà; Institut Internacional de Dret i Medi Ambient; IUSC, Mediterrània.

## 4

LÍNIES D'ACTIVITAT I PRINCIPALS SERVEIS

- Informació. Organització de seminaris, sessions de treball, reunions d'experts i congressos sobre medi ambient com ara: desenvolupament sostenible -especialment a la regió euromediterrània-, producció alimentària, gestió ambiental, ecoproductes i ecoserveis, indicadors de qualitat urbana.
- Estudis i directoris: Directori i estudi del sector ambiental a Catalunya, Directori dels centres de formació del sector ambiental a Catalunya, Definició dels perfils professionals de responsable i tècnic ambiental, Estudi sobre el desenvolupament actual i tendències de futur en l'àmbit de l'empresa i el medi ambient, Índex de pressió ambiental de la indústria (IPA).
- Publicacions. Edició del resultat dels estudis realitzats, com també dels documents de treball i conclusions dels tallers, articles de premsa, servei de vigilància de subvencions, catàleg de realitzacions ambientals destacables a Catalunya.

## B

### PROPOSTES

## 1

PROPOSTES ESTRATÈGIQUES

- Desenvolupar indicadors de rendiment i gestió ambiental que permetin a les empreses fer avaluacions comparatives fins arribar a un quadre de comandament per a l'excel·lència ambiental.
- Elaborar metodologies per identificar i materialitzar sinergies ambientals entre empreses, especialment en el camp de l'aprofitament dels subproductes.
- Orientar les empreses en la forma d'aplicació de la política de producte integrada europea.

2

OPORTUNITATS

- Promoure el desenvolupament de la *compra verda* en les diferents vessants (ecoetiquetes, cadena de proveïdors, criteris ambientals en les compres, etc.) que, a més, pot ser un instrument per incentivar la innovació en nous productes i noves formes de relació comercial.
- Promoure auditories estratègiques ambientals. Elaborar i aplicar una metodologia sistemàtica d'identificació i gestió dels reptes i oportunitats per la supervivència i competitivitat de l'empresa derivades del canvi ambiental.
- Identificar el posicionament de les empreses i les administracions locals davant l'aplicació de nous instruments públics de política ambiental.
- Incidir en la percepció i el comportament ambiental de col·lectius socials, mitjançant la difusió d'informació rigorosa en àmbits diversos.

3

AMENACES

- Desenvolupar noves tecnologies per reduir les emissions d'efecte hivernacle i per a l'estalvi energètic.
- Analitzar les possibilitats d'aplicació de la gestió de la demanda en la planificació d'infraestructures públiques i en la prestació de serveis per empreses privades, atès el potencial que ofereix de prevenció d'impactes ambientals i d'impulsió de la innovació.
- Identificar les mesures de política ambiental, les prioritats, els incentius, les infraestructures i les formes organitzatives que cal promoure perquè l'evolució de l'entorn ambiental s'aprofiti al màxim.

- Comprensió de la problemàtica associada al canvi climàtic i actuació en conseqüència mitjançant la definició de solucions i la recerca de nous sistemes energètics per reduir la pressió sobre l'entorn.
- Col·laboració entre el sector privat i les administracions públiques en l'anàlisi de la situació actual i definició d'objectius -avaluables- que cal desenvolupar en els propers anys.
- Disseny i aplicació de campanyes de sensibilització social.
- Realització d'estudis que avaluin l'impacte de noves polítiques ambientals.
- Realització d'estudis que avaluin l'impacte de noves eines de gestió econòmica del medi ambient (subvencions i impostos).
- Potenciació de la imatge de la ciutat a partir de les polítiques impulsades en matèria de medi ambient i de desenvolupament sostenible.

C

INDICADORS ECONÒMICS DEL SECTOR

Resum exercici 2003 (dades referents al conjunt de Catalunya)

ESTUDI DEL SECTOR ECONÒMIC DEL MEDI AMBIENT A CATALUNYA 2004

Nombre d'empreses del sector	1.217 (103 a l'àrea de Barcelona – 8,5% del total de Catalunya)
Facturació total estimada	3.697 milions d'euros (2.684 M euros a l'àrea de Barcelona - 72% del total de Catalunya)
Plantilla total estimada	52.079 treballadors (41.529 treballadors a l'àrea de Barcelona - 78% del total de Catalunya)
Empreses amb tecnologia pròpia	57% de les empreses
Empreses del sector que exporten	17% de les empreses
Administració pública com a client	Un 67% de les empreses té l'Administració pública com a client
Creixement experimentat per l'empresa l'any 2003	Un 45,8% de les empreses han crescut més d'un 5% respecte a l'exercici anterior, mentre que un 18,75% de les empreses ha disminuït
Expectatives de creixement per a l'any 2004	Un 42,3% de les empreses estima que tindrà un creixement superior al 5%
Obertura de noves activitats	Un 39,6% de les empreses preveu obrir noves línies d'activitat en el sector



# FUNDACIÓ PER AL DESENVOLUPAMENT DE LA DIETA MEDITERRÀNIA



## A

### FITXA DESCRIPTIVA DE L'ENTITAT

#### DADES BÀSIQUES DE L'ENTITAT

Sector:	Alimentació
Any de constitució:	1996
Règim jurídic:	Fundació privada
Nombre de membres:	11
President:	Sr. Lluís Serra Majem, catedràtic de Nutrició i Dietètica
Web:	<a href="http://www.dietamediterranea.com">www.dietamediterranea.com</a>

## 1

BARCELONA, CAPITAL DE LA  
DIETA MEDITERRÀNIA

La indústria alimentària catalana ocupa una posició capdavantera en el conjunt d'Espanya, i l'àrea de Barcelona hi juga un paper essencial, ja que concentra un gran volum de producció i la major part de les activitats de recerca, innovació i inversió estrangera que genera el sector. Altres mostres de pes i de la projecció de Barcelona en el món alimentari són el potencial dels equipaments de distribució presents a la ciutat –es calcula que Mercabarna abasta més de 8 milions de persones, del nord-est d'Espanya al nord d'Itàlia–, la celebració del Saló Alimentaria –la segona fira d'Europa en alimentació– o el llarg nombre d'universitats i centres de recerca que treballen en els camps de la nutrició i de la seguretat alimentària. La “Declaració de Barcelona sobre la dieta mediterrània”, signada a la ciutat el 1996, conté els principis filosòfics de la dieta mediterrània, i s'hi han adherit les principals ciutats de la Mediterrània.

## 2

QUÈ ÉS LA FUNDACIÓ PER AL  
DESENVOLUPAMENT DE LA DIETA  
MEDITERRÀNIA?

La Fundació per al Desenvolupament de la Dieta Mediterrània (FDDM) és una entitat sense ànim de lucre, creada el 1996, la missió específica de la qual és fomentar la investigació amb relació als múltiples avantatges que aporta la dieta mediterrània a la salut i al benestar i difondre-la entre la societat.

## 3

MEMBRES

Ajuntament de Barcelona; Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya; Mercabarna; Freixenet; M. Torres; Danone; Comercial Gallo; Gallina Blanca; Agroles; Kelloggs.



## 4

PRINCIPALS ACTIVITATS

- Iniciar campanyes escolars d'educació alimentària i dieta mediterrània –tant a Catalunya com a la resta de l'Estat espanyol– mitjançant la col·laboració amb altres institucions locals i estatals.
- Posar en marxa campanyes educatives itinerants adreçades a tota la societat.
- Endegar l'organització del Congrés Internacional de Barcelona sobre la Dieta Mediterrània, del qual el març del 2006 se celebrarà la sisena edició.
- Iniciar la col·laboració i copartenariat amb ciutats (Lió, Torí) i països per poder desenvolupar la FDDM en altres localitats i mantenir i potenciar la capitalitat de Barcelona.
- Participar en projectes de la UE juntament amb institucions d'altres països.
- Participar en el saló Alimentaria a Lisboa (maig 2005).
- Potenciar, amb l'ajut de les institucions i dels patronats, el lloc web de la Fundació.
- Crear un comitè de portaveus de diferents branques mèdiques, socials i culturals.
- Formar part, com a entitat, del Comitè Organitzador d'Alimentaria 2006.
- Signar acords de col·laboració amb la Fundació FIAB (Federació Espanyola d'Indústries d'Alimentació i Begudes), patronal del sector.
- Formar part de l'estratègia NAOS (Agència Espanyola de Seguretat Alimentària) per desenvolupar accions de promoció de la DM i d'educació nutricional.
- Col·laborar en els actes de l'Any de la Gastronomia de Barcelona.
- Participar en diversos congressos i jornades de nutrició, alimentació i comercialització de productes de la DM a diferents ciutats.

## B

### PROPOSTES

## 1

PROPOSTES ESTRATÈGIQUES

- Seguir consolidant Barcelona com a capital de l'Estat en qüestions mediterrànies, pel que fa a comerç, fires, indústria i ciència i investigació. Per això és important continuar apostant pels salons Alimentaria i Barcelona Degusta.
- Potenciar el VI Congrés de la DM. La dieta mediterrània és el referent d'aquest tipus de congressos i l'ha de seguir sent.
- Fer participar la FDDM, altres institucions estatals i de l'entorn de tot el Mediterrani, per tal de sumar esforços i mantenir Barcelona com a seu. En aquest sentit, un fet molt important ha estat la incorporació del DARP (Generalitat de Catalunya) en el patronat.
- Potenciar el proper Congrés Mundial de Nutrició (setembre de 2006), que se celebrarà a Barcelona, i donar-hi suport.



2

OPORTUNITATS

- Llançar efectivament i estratègicament l'Observatori –dirigit per la FDDM amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona–, ampliar-ne la participació a altres entitats i crear una estructura mínima que en permeti la internacionalització.
- Trobar una seu física d'imatge per a la FDDM.
- Sol·licitar formalment la "Declaració de Barcelona sobre la dieta mediterrània" com a Patrimoni de la Humanitat a la Unesco.

- Alimentaria és la segona fira a escala mundial del sector de l'alimentació, i n'és un referent clau.
- La indústria del sector segueix sent molt important.
- Actualment, l'alimentació i la salut són qüestions cada cop més importants per a la població en general: cada dia els mitjans de comunicació presenten notícies que hi fan referència.

3

AMENACES

- La dieta mediterrània és una qüestió cada cop més interessant, fins al punt que ja hi ha dos congressos més que se celebren anualment a Itàlia, Grècia i França.
- S'estan endegant estudis interessats des d'Atenes, Roma i des d'altres ciutats.
- La UE ofereix ajuts per dur a terme estudis cofinançats. Actualment, hi ha altres països que duen a terme estudis sobre el sector.
- València ja ha celebrat tres edicions del Saló dels Aliments Mediterranis (es tracta d'un saló local amb possible projecció internacional).
- Andalusia ha relançat l'IEAMED (Instituto Andaluz de Alimentación Mediterránea), n'ha celebrat el primer congrés i disposa d'una estructura de recursos més que significativa.

C

INDICADORS ECONÒMICS DEL SECTOR

PRINCIPALS INDICADORS DE LA INDÚSTRIA ALIMENTÀRIA

Catalunya	Variables	Any	Unitats	Valor	Pes s/ Espanya
	Nº d'empreses	2003		3.859	11,8 %
	Volum de negoci	2002	milers d'euros	16.795.055	22,5 %
	VAB	2002	milers d'euros	3.324.144	21,7 %
	Ocupació	2002		74.972	20,2 %
	Exportacions	2003	milers d'euros	3.237.628	
	Importacions	2003	milers d'euros	3.632.758	

Barcelona	Variables	Any	Àmbit territorial	Valor	Pes s/ Catalunya
	Nº d'establiments	2003	Àmbit metropolità	2.258	48,3 %
		2002	Barcelona ciutat	344	7,4 %
	Afiiliats al règim general SS	2002	Barcelona ciutat	10.081	15,8 %
		2002	Regió metropolitana	31.784	49,7 %
	Exportacions (milers d'¤)	2003	Barcelona província	1.981.713	
	Importacions (milers d'¤)	2003	Barcelona província	3.053.747	84,1%

ESTRUCTURA DE LA INDÚSTRIA ALIMENTÀRIA A CATALUNYA CLASSIFICADA PER BRANQUES D'ACTIVITAT L'ANY 2002 (EN % S/ TOTAL SECTOR)

	Volum de negoci (%)	Ocupació (%)
Indústria càrnia	29,1	31,5
Indústries làcties	7,5	4,9
Pa, productes de pastisseria, sucre i cacau	11,8	27,1
Begudes (llevat de vins i caves)	11,4	7,7
Elaboració de vins i caves	6,3	5,7
Altres productes alimentaris i tabac	34,3	22,9
Total	100	100

Font: web de l'Institut d'Estadística de Catalunya

PRINCIPALS DADES SOBRE MERCABARNA

Mercat	Nre. d'empreses	Tones comercialitzades	Any
Mercat central del peix	12 majoristes 12 arreplegadors	96.512 de peix i marisc	2002
Mercat central de fruites i hortalisses	240 majoristes	423.162 de fruita i 499.781 d'hortalisses	2002
Escorxador i sector carni	28 de comerç i distribució 13 de comerç, distribució i elaboració 4 de carn de cavall 6 d'aviram i caça 4 de despulles	816 d'equí 256 de cabrum 3.422 d'oví 22.731 de boví	2004
• El centre agroalimentari majorista més gran del sud d'Europa			
• 90 hectàrees de superfície			
• 900 empreses del sector agroalimentari			
• Abasta més de 8 milions de persones			
• Àmbit d'influència: nord-est d'Espanya i sud de França fins al nord d'Itàlia			

ALIMENTARIA, SALÓ INTERNACIONAL DE L'ALIMENTACIÓ I BEGUDES (ANY 2004)

Variables	Valor	Detall
Rànquing	2n certamen mundial de l'alimentació	
Superfície	106.000 m²	
Sectors	15	
Total empreses	3.991	3.005 nacionals 986 internacionals
Països procedència expositors	60	
Total visitants	144.000	112.000 nacionals 31.920 internacionals

# BARCELONA CENTRE LOGÍSTIC



## A

### FITXA DESCRIPTIVA DE L'ENTITAT

#### DADES BÀSIQUES DE L'ENTITAT

Sector:	Logística i transport de mercaderies
Any de constitució:	1994
Règim jurídic:	Associació
Nombre de membres:	100
President:	Sr. Joaquim Coello i Brufau (president del Port de Barcelona)
Web:	www.bcncel.es

## 1

BARCELONA APOSTA PER LA LOGÍSTICA I LA INTERNACIONALITZACIÓ

Barcelona gaudeix d'una situació geogràfica privilegiada on, en un espai territorial de cinc quilòmetres de radi, es concentren totes les modalitats de transport –marítim, aeri, ferroviari i per carretera–, a més de les infraestructures i el sòl necessaris per al desenvolupament d'activitats logístiques de qualitat i a gran escala.

Durant els pròxims anys es duran a terme nombrosos projectes públics i privats que ampliaran i milloraran les principals infraestructures de Catalunya. Aquests projectes consistiran, a grans trets, en l'ampliació del port de Barcelona i de Tarragona, l'ampliació de l'aeroport de Barcelona, la connexió ferroviària d'alta velocitat amb Europa i la creació d'un port sec de 500 hectàrees al servei dels ports de Barcelona i de Tarragona.

## 2

QUÈ ÉS BARCELONA CENTRE LOGÍSTIC?

Barcelona Centre Logístic (BCL) és una associació fundada per l'Ajuntament de Barcelona, l'Autoritat Portuària de Barcelona (APB) i el Consorci de la Zona Franca de Barcelona (CZFB). Actualment té més de 100 socis.

L'objectiu principal és consolidar Barcelona com a centre logístic del sud d'Europa, actuant com a *lobby* davant les administracions públiques, per tal de:

- millorar la xarxa d'infraestructures
- atraure operadors i inversions internacionals
- promoure accions d'interès general per als socis
- procurar una relació creativa i productiva entre els socis
- contribuir a la internacionalització de l'economia catalana



Des de desembre de 2004, BCL està presidida per Joaquim Coello, president de l'APB; n'és vicepresident el delegat especial de l'Estat del CZFB, Manuel Royes, i n'és gerent Xavier Ribó.

## 3

MEMBRES

#### Entitats i empreses associades:

Abertis Logística, SA; Abx Logistics España, SA; Accenture; Advanced Logistics Group, SA; Aena - Aeroport de Barcelona; Agència Estatal d'Administració Tributària; Ajuntament de Barcelona; Ajuntament del Prat de Llobregat; Alfil Logistics; Aremsa; Asoc. Ag. Transports Càrregues Completes de Catalunya; Associació Catalana d'Empreses de Transport de Mercaderies; Atea; Autoritat Portuària de Barcelona; Autoterminal, SA; Banc Sabadell; Banco Bilbao Vizcaya Argentaria; Bayer Hispania, SA; Bergé Logística, SA; Bofill & Arnau, SA; Cambra Oficial de Contractistes d'Obres de Catalunya; Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona; Cel; Centre Logística i Serveis Marítims UPC; Centro Intermodal de Logística (CILSA); CIMALSA; Círculo de Economía; Centros Logísticos Aeroportuarios, SA (CLASA); Col·legi d'Economistes de Catalunya; Col·legi Oficial d'Agents i Comissionistes de Duanes de Barcelona (COACAB); Col·legi Oficial d'Enginyers de Camins, Canals i Ports; Col·legi Oficial d'Enginyers Industrials de Catalunya; COMSA, SA; Confederació d'Empresaris del Baix Llobregat; Consorci de la Zona Franca de Barcelona; Corsan-Corviam Construcción, SA; CTC Ingeniería Dedicada, SA; Direcció General de Ports i Transports; Drunpe, SL; DTZ Ibérica SA; Fira de Barcelona; Foment del Treball; Fomento Construcciones y Contratas, SA; Fundació Centre Internacional de Premsa; Fundació Occitanocatalana; Fundació RACC; Fundación Cares; Fundación Cetmo; Gas Natural SDG, SA; GSE Inmueble Llaves en Mano, SL; Hamann International, SA; Hewlett Packard Española, SA; Ibercarretillas, SA; Ibercándor Barcelona, SA; Indra Sistemas; Institut Català de Logística; Institut Cerdà; Jori Armengol i Associats; José Salvat, SA; King Sturge, SL; Kühne & Nagel, SA; La Seda de Barcelona, SA; Laboratorios Dr. Esteve, SA; Linde Carretillas e Hidráulica, SA; Marítima del Mediterráneo, SA; Mercabarna; Molbay, SL; Muelles y Espacios Portuarios, SA; Nadal Forwarding, SL; Nestlé España, SA; Nissan Distribution Service Barcelona, SA; Nyk Logistics K. (Ibérica) SA; Obrascon Huarte Lain, SA; Parc Logístic de La Zona Franca, SA; Pérez y Cia. (Catalunya), SA; Pirelli Neumáticos, SA; Pricewaterhousecoopers, SL; Prologis Spain Management, SL; Quimidroga, SA; Randstad Inhouse Services Empresa de Trabajo Temporal, SA; Renfe Unidad de Negocio de Cargas (Madrid); Rufaro Logística y Transporte, SL; Samsung Electronics Ibérica, SA; Santander Central Hispano; Schneider Electric España, SA; Sener Ingeniería y Sistemas, SA; Sgs Española de Control, SA; Societat

4

PRINCIPALS ACTIVITATS

Estatat Correus i Telègrafs, SA ; Sony España, SA; Spain Rail, SL; Spain Tir, TI SA; Terminal Catalunya, SA; Terminal de Contenidors de Barcelona, S.A; Tradisa; Transporte XXI; Transportes y Navegación Ramírez Hnos., SA; Transportes Metropolitanos de Barcelona (TMB); Universitat Politècnica de Catalunya; Uria & Menéndez; World Trade Center Barcelona, SA.

- Assistència i participació en fires nacionals i internacionals especialitzades del sector (SITL-París, SIL, Transport Logístic–Munich, San Paulo, Shangai).
- Organització de la Jornada BCL, en el marc del Saló Internacional de la Logística.
- Realització d'estudis en l'àmbit de la logística.
- Concessió anual del Premi Internacional BCL de Periodisme i dels Premis BCL d'Empresarials.
- Organització de dinars – col·loqui amb personalitats rellevants del sector.
- Visites institucionals amb responsables polítics.
- Actualització constant del lloc web: www.bcncl.es.
- Participació en missions comercials i, en general, col·laboració en la promoció internacional i en acords específics amb l'Ajuntament de Barcelona, Icxex i COPCA.
- Promoció de la formació logística.
- Presència en diferents entitats i projectes: Pla Estratègic Metropolità de Barcelona; Associació Pacte Industrial de la Regió Metropolitana; observatori referent a infraestructures que ha creat la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona; FERRMED; observatori logístic creat sota l'impuls de la Generalitat de Catalunya.

B

PROPOSTES

1

PROPOSTES ESTRATÈGIQUES

- Donar a conèixer la logística i fomentar-ne l'ús per part de les empreses.
- Actuar de *lobby* davant les diferents administracions per tal d'accelerar l'execució de les infraestructures necessàries per al desenvolupament de la logística a Catalunya.
- Estimular l'establiment d'empreses logístiques al nostre territori i col·laborar amb la internacionalització de les empreses catalanes.
- Fomentar la formació logística i l'ús de les noves tecnologies.
- Potenciar la presència i la promoció logística de Catalunya en l'àmbit estatal, europeu i internacional.
- Avançar cap a la gestió de fluxos de transport, tenint en compte els corredors prioritaris, i cap a la gestió del trànsit de mercaderies.

2

OPORTUNITATS

- Potenciar la capacitat multimodal de la Catalunya logística i, en especial, la intermodalitat ferroviària i aeroportuària.
- Estudiar i planificar l'accessibilitat interna i externa de la Barcelona logística per evitar la congestió i garantir un desenvolupament sostenible.
- Propiciar la consolidació d'un conjunt diferenciat i coordinat de plataformes logístiques.
- Promoure la requalificació de sòl per a usos logístics a l'àmbit metropolità.
- Contribuir a l'èxit de l'ampliació del front portuari català (APB i APT).
- Potenciar la connexió ferroviària de Catalunya amb Europa.

3

AMENACES

- L'absència d'una connexió ferroviària amb bones prestacions és un obstacle per al front portuari català i per al conjunt de la Catalunya logística a l'hora de desenvolupar el seu potencial com a plataforma intermodal d'àmbit europeu.

- Barcelona encara té una imatge de zona perifèrica europea, allunyada dels principals centres de consum continental (xarxes de distribució). Aquesta imatge es pot veure agreujada amb l'apropament del centre econòmic de la UE cap als països de l'Est.
- El fort creixement de l'eix Madrid-València i la posició d'aquest eix com a centre redistribuidor de trànsits peninsulars.
- Falta de sòl per a ús logístic.

C

INDICADORS ECONÒMICS DEL SECTOR

Dades del sector logístic 2004 i previsió a curt termini

OFERTA LOGÍSTICA

• Port de Barcelona		Actual	Ampliació
	Superfície	558 ha	1.265 ha
	Linia de moll	19.776 m	29.702 m
	Capacitat (TEU)	2 milions	6 milions

• Centre de Càrrega Aèria de Barcelona		2004	Projecte 2005/06
	Magatzems	31.278 m²	48.654 m²
	Oficines	25.314 m²	32.806 m²
	Operadors	132	142

• Parc Logístic de la Zona Franca		Actuals	Curt Termini
	Oficines	23.000 m²	34.171 m²
	Naus	107.421 m²	127.421 m²

• ZAL Zona d'Activitats Logístiques		ZAL 1ª Fase	ZAL 2ª Fase	Total
	Superfícies	65 ha	143 ha	208 ha
	Magatzems	250.000 m²	500.000 m²	750.000 m²
	Oficines	45.000 m²	65.000 m²	110.000 m²
	Companyies	80	120	200

• CIMALSA Centre Integral de Mercaderies i Activitats Logístiques, SA		Superfície Total (Ha)	Superfície neta sòl logístic (m²)	Equipaments privats (m²)
	<i>En funcionament:</i>			
	- CIM Vallès	44,2	130.000	68.000
	- CIM Lleida	42	228.153	11.262
	<i>En construcció:</i>			
	- Logis Empordà	73	170.000	n.d.
	- CIM la Selva	22,5	104.072	46.883
	- CIM el Camp (oest)	42	234.099	87.647
	- CIM el Camp (est)	45	n.d.	n.d.
	<i>En estudi:</i>			
	- Logis Penedès	-	-	-
	- Logis Ebre	-	-	-



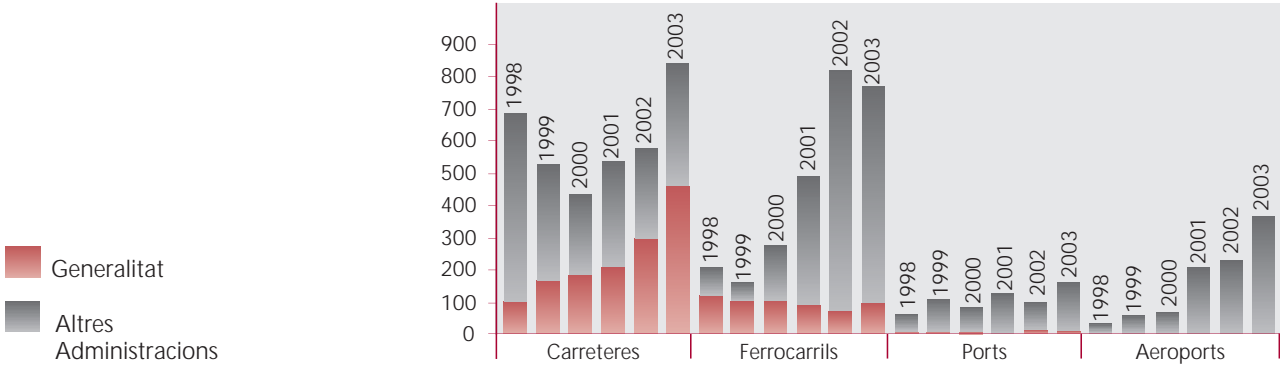
PRINCIPALS TRÀNSITS

• Port de Barcelona	Trànsit total 2004	
	Tones	40.198.330
	TEU	1.916.493
	Vehicles	750.000
	Vaixells	8.610
	Passatgers	1.968.193
Trànsit total transfronterer (França)	Carretera	Ferrocarril
	48,9 milions t (94,5%)	2,7 milions t (5,5%)

ALGUNES DADES ADDICIONALS

- Estudi Delloitte i Logica (dades de 2001)
- La despesa logística (63.021 milions d’euros) representa pràcticament el 10% del PIB espanyol.
  - Tot i així, solament un 6% (3.849 milions d’euros) de tota la despesa logística és gestionada pels operadors logístics.
  - Queda clar que, a mesura que augmenta la subcontractació (outsourcing) dels processos logístics de les empreses, el potencial de creixement per als operadors és molt elevat.
- Anuari *Transporte XXI* (dades de 2002)
- Catalunya es troba dins el rànquing de les primeres 1.000 empreses de transport espanyoles:
- Nombre d’empreses instal·lades a Catalunya: 243 (24%).
  - Facturació: 4.575 milions d’euros (18,7%).

INVERSIONS 1998-2003



# TURISME DE BARCELONA



## A

### FITXA DESCRIPTIVA DE L'ENTITAT

#### DADES BÀSIQUES DE L'ENTITAT

Sector:	Turisme
Any de constitució:	1993
Règim jurídic:	Consorti
Nombre de membres:	3
President:	Sr. Joan Gaspart, president del Comitè Executiu de Turisme de Barcelona
Web:	<a href="http://www.barcelonaturisme.com">www.barcelonaturisme.com</a>

## 1

BARCELONA: DESTINACIÓ  
TURÍSTICA DE PRIMER ORDRE

En els últims anys Barcelona s'ha situat en una posició pionera entre les destinacions turístiques urbanes d'Europa gràcies a la imatge extraordinària que la ciutat ha aconseguit a tot el món i a l'esforç de renovació urbana i de dotació d'infraestructures, equipaments i serveis adreçats al sector turístic. Aquesta evolució tan positiva pot continuar en el futur gràcies a les condicions geogràfiques i climàtiques de la ciutat, com també a la combinació excel·lent de recursos turístics tan diversos i importants com són els culturals, d'oci i entreteniment, compres, creuers, congressos, convencions i viatges d'incentiu.

## 2

QUÈ ÉS TURISME DE BARCELONA?

Turisme de Barcelona és un consorci constituït el 1993 en l'àmbit del sector turístic que té com a objectiu consolidar el turisme actual, atreure'n de nou i fer rendible l'oferta comercial i de serveis de la ciutat per promoure Barcelona a escala nacional i internacional.

## 3

MEMBRES

Ajuntament de Barcelona; Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona; Fundació Barcelona Promoció.

## 4

PRINCIPALS ACTIVITATS  
PROMOCIONALS

- Presentacions específiques de l'oferta turística de la ciutat, conferències i seminaris.
- Presència en fires nacionals i internacionals, de caràcter professional i adreçades al gran públic.
- Presentació de candidatures i altres accions promocionals per a la promoció de Barcelona com a seu de congressos, convencions i viatges d'incentiu.



## B

### PROPOSTES

## 1

OPORTUNITATS

- Organització de viatges de familiarització (*fam trips*) amb agències de viatges i premsa.
- Prospectiva de nous mercats i accions de promoció personalitzades en els mercats d'origen.
- Servei d'informació a les oficines d'atenció al turista i prestació de serveis diversos: reserves hoteleres, venda de publicacions, canvi de moneda, botiga, etc.
- Creació, desenvolupament i comercialització de productes i serveis turístics adreçats al visitant de la ciutat.
- Identificació de noves vetes de mercat i creació dels instruments promocionals corresponents.
- Formulació d'iniciatives encaminades a descobrir i consolidar noves motivacions de visita, com l'Any de l'Alimentació, la Cuina i la Gastronomia 2005 – 2006.
- Difusió pública de la marxa del sector i de la importància del turisme per a l'economia de la ciutat.
- Accions diverses per donar valor a la marca Barcelona.

- La proliferació i l'activitat a l'alça de les companyies aèries de baix cost. Aquestes companyies aporten clients nous a la ciutat i al país i ajuden a augmentar la repetitivitat de les visites (fidelització).
- Els nous vols intercontinentals que estan començant a operar o els que s'ha anunciat que ho faran aviat.
- L'augment constant del parc hotelier de la ciutat.
- L'activitat econòmica que generen els creuers, que hauria de seguir creixent ateses les noves apostes del sector per Barcelona.
- La fortalesa creixent del segment del turisme de reunions de la ciutat, amb el nou Centre de Convencions Internacional de Barcelona al capdavant.
- Els nous equipaments culturals de la ciutat (MNAC, Cosmocaixa...).
- L'èxit de les tematitzacions com a fórmula promocional (Any Internacional Gaudí 2002, Any de l'Esport 2003, Fòrum Barcelona 2004, Any de l'Alimentació, la Cuina i la Gastronomia 2005-2006, etc.).

## 2

### AMENACES

- Limitacions en els sistemes de transport i accessibilitat a la ciutat de Barcelona, tant des de la perspectiva d'infraestructures com de gestió dels sistemes i equipaments, especialment de l'aeroport del Prat.
- Dificultat de participació en el finançament de la promoció per part del conjunt dels sectors econòmics empresarials beneficiaris de l'activitat turística.
- Manteniment de les condicions de seguretat percebuda pel turista.
- Les limitacions del cos consular espanyol en la tramitació de visats poden endarrerir les possibilitats de Barcelona en l'obertura de mercats emergents com el de la Xina.
- El possible col·lapse d'alguna de les icones de la ciutat. La Pedrera, per exemple, restringeix l'afluència de visitants.

## 3

### EIXOS DE FUTUR PER A LA PROMOCIÓ TURÍSTICA DE BARCELONA

- Millora de l'oferta i de la prestació de serveis que s'adrecen als mercats consolidats del turisme barceloní (Europa...), com també de la promoció turística que s'hi porta a terme, amb l'objectiu d'incrementar la despesa que tenen els turistes procedents d'aquests països i de fidelitzar-los.
- Obtenció d'un increment notable del pressupost destinat a la promoció per poder afrontar el repte dels mercats transcontinentals (EUA, Japó) i dels anomenats emergents (Xina, Índia), que són el futur del sector.
- La competència creixent entre els destins urbans d'Europa i de tot el món fa imprescindible continuar augmentant la promoció turística de Barcelona. La major disponibilitat de recursos necessaris per incrementar la promoció arreu esdevé un repte clau per al destí i, en particular, per Turisme de Barcelona, com a entitat responsable de la promoció turística de la ciutat.
- Entre les accions que s'han de dur a terme cal destacar la implicació necessària del conjunt de les empreses i sectors econòmics que es beneficien del turisme. És el moment que tots els que participen dels beneficis de l'activitat turística col·laborin en la promoció turística de la ciutat i la seva àrea metropolitana perquè, en definitiva, aquesta implicació redundarà també en beneficis per a aquests.
- Vetllar per la conciliació turista-ciutadà amb mesures encaminades a explicar la realitat de l'activitat turística i a garantir la viabilitat de l'aposta estratègica de la ciutat per aquest sector.

## C

### INDICADORS ECONÒMICS DEL SECTOR (dades 2004)

#### OFERTA HOTELERA

Nombre d'establiments hotelers	256
Nombre d'habitacions	23.739
Nombre de places	45.286

#### CARACTERÍSTIQUES DE LA DEMANDA

Nombre de pernoctacions i turistes	
Pernoctacions	10.148.238
Turistes	4.549.587

Percentatge d'ocupació	
Habitacions	75,5 %
Places	66,1 %

Estada mitjana	
Nombre de nits	2,23 %
Nombre de dies	3,57 %

Procedència	
Estat espanyol	32,0 %
Europa	48,5 %
Amèrica	11,6 %
Àsia	4,2 %
Oceania	1,0 %
Àfrica	0,6 %
Altres	2,2 %

Turistes segons motiu de viatge	
Negocis	41,3 %
Vacances	43,9 %
Fires	4,3 %
Congressos	4,5 %
Altres	6,0 %

#### CONGRESSOS, CONVENCIONS I INCENTIUS

Nombre total de reunions i congressos	1.146
Nombre total de delegats assistents	360.335

#### AEROPORT I PORT

Passatgers a l'aeroport	24.565.600
Passatgers de creuers	1.024.851
Passatgers de ferri	936.873

# BARCELONA

## CENTRE FINANCER EUROPEU

### A

#### FITXA DESCRIPTIVA DE L'ENTITAT

##### DADES BÀSIQUES DE L'ENTITAT

Sector:	Financer
Any de constitució:	1991
Règim jurídic:	Associació
Nombre de membres:	47
President:	Sr. Antoni Massanell, director general adjunt de Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona, "la Caixa"

### 1

BARCELONA, CENTRE ECONÒMIC  
I FINANCER DE PRIMER ORDRE

Barcelona és el segon centre financer de l'Estat espanyol, on ocupa un lloc destacat gràcies a la seva llarga tradició en el sector.

La negociació en el parquet de la borsa de Barcelona ha arribat a assolir el 2004 un 28% del total negociat en el mercat espanyol; a més a més, la seva voluntat innovadora amb experiència per atreure empreses mitjanes dona uns resultats molt positius. L'elevada negociació de títols de renda fixa, privada o pública, juntament amb la inversió de les institucions d'inversió col·lectiva ubicades a la ciutat i la tradicional demanda de títols per part dels inversors per posar-hi l'estalvi generat a la zona, han fet possible que el centre financer de Barcelona tingui un pes molt elevat dins el conjunt del mercat espanyol.

Barcelona, a més de ser, tradicionalment, seu a Espanya d'empreses multinacionals importants de diferents sectors –automòbil, farmacèutic, químic, etc.–, és també seu de gran part de les empreses mitjanes nacionals, i també d'un percentatge elevat de les empreses familiars que, per la mida que tenen, són avui multinacionals. La localització de les empreses, com també el desig de situar-se d'una manera competitiva per davant de les seves competidores a Europa, fan de Barcelona un centre financer significativament fort, ja que a mitjà o a curt termini aquestes necessitaran diversificar el seu finançament de la manera més adequada.

La primera caixa d'estalvis espanyola té seu a Barcelona i, per mitjà de les seves inversions, és present en la majoria d'empreses nacionals rellevants, i també en altres empreses europees importants.



### 2

QUÈ ÉS BARCELONA CENTRE  
FINANCER EUROPEU?

Barcelona Centre Financer Europeu és una associació constituïda l'any 1991 dins el sector financer amb l'objectiu general de promoure Barcelona com a centre financer europeu per tal de desenvolupar estructures financeres que garanteixin i impulsin el progrés econòmic i social de Catalunya. En aquest sentit, es proposa divulgar, fomentar i promoure l'activitat econòmica i financera de Barcelona, coordinar les polítiques empresarials i financeres i afavorir l'eficàcia dels operadors actuals del centre financer.

### 3

MEMBRES

Ajuntament de Barcelona; Generalitat de Catalunya; Abertis; Agrolimen; Asociación Española de Directivos; Asociación Española de Financieros y Tesoreros de Empresa; Banc Sabadell; Banco de Europa; Banco Santander Central Hispano; Banco Vitalicio de España; Banesto; BBVA; Borsa de Barcelona; Caixa Catalunya; Caixa d'Estalvis de Terrassa; Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona "la Caixa"; Caja Madrid; Cambra de Comerç de Barcelona; Catalana d'Iniciatives; Catalana Occident; Cercle d'Economia; Col·legi d'Economistes de Catalunya; Cuatrecasas Abogados; Deloitte; EADA; Endesa Distribución Eléctrica; ESADE; Fibanc; Fira de Barcelona; Fomento de Construcciones y Contratas; Gas Natural; Grupo Asegurador Zurich; IESE; Institut Català de Finances; Institut d'Analistes Financers; Institut d'Estudis Financers; Laboratoris del Dr. Esteve; MEFF; Mutua General de Seguros; PricewaterhouseCoopers; Roca Junyent Advocats; Societat Catalana d'Economia; Societat General d'Aigües de Barcelona; Telefónica; Universitat de Barcelona; Uría & Menéndez Advocats i World Trade Center.

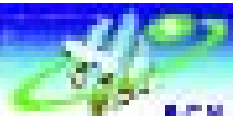
### 4

PRINCIPALS ACTIVITATS

- Elaboració de documents i notes d'opinió que permetin conscienciar la societat en general de les mancances i necessitats en l'àmbit financer i empresarial de Barcelona i Catalunya.
- Organització de jornades, seminaris, conferències i altres activitats de divulgació per tal de potenciar els coneixements i la formació especialitzada que permetin oferir personal altament qualificat, dins el sector financer, a les empreses ja instal·lades a l'àrea de Barcelona o que s'hi vulguin instal·lar.



# BARCELONA CENTRE MÈDIC



## A

### FITXA DESCRIPTIVA DE L'ENTITAT

#### DADES BÀSIQUES DE L'ENTITAT

Sector:	Sanitari
Any de constitució:	1987
Règim jurídic:	Associació
Nombre de membres:	19
President:	Dr. Fernando Echavarne (director de Laboratorio Dr. Echavarne)
Web:	www.bcm.es

## 1

BARCELONA, SERVEIS D'EXCEL·LÈNCIA  
PER A LA SALUT

Barcelona és, des de fa molts anys, una ciutat que s'ha caracteritzat pel prestigi dels seus experts professionals en el camp de la medicina –molts dels quals gaudeixen d'un prestigi reconegut dins del món de la sanitat–, com també per la qualitat de les seves instal·lacions, dotades d'un alt nivell tecnològic.

Barcelona s'ha convertit en una ciutat de referència en els serveis per a la salut, i any rere any acull un volum considerable de pacients de diferents països de tot el món que escullen la capital catalana per sotmetre's a tractaments mèdics. Barcelona és, de la mateixa manera, un centre de referència mundial en congressos mèdics.

## 2

QUÈ ÉS BARCELONA CENTRE MÈDIC?

Barcelona Centre Mèdic (BCM) és una associació sense ànim de lucre dins l'àmbit del sector sanitari, creada el 1987 amb la finalitat de divulgar i promoure a escala nacional, i especialment internacional, l'oferta mèdica de qualitat que hi ha a Barcelona, com també consagrar la ciutat com a punt de destí mèdic internacional. També vetlla per convertir-se en un referent europeu en medicina privada.

## 3

MEMBRES

**Membres:** Clínica Corachan; CETIR Grup Mèdic; Dr. Javier Tapia; Centre d'Oftalmologia Barraquer; Clínica Tres Torres; Centre Cardiovascular Sant Jordi; Centre Mèdic Teknon; Clínica Planas; Clínica Plató; Sabater-Tobella Anàlisis; Clínica Sagrada Família; Clínica Fundació FIATC; Clínica Quirón; CRC Corporació Sanitària; Laboratorio de Anàlisis Dr. Echevarne; Institut Diagnòstic per Imatge Domènech Clarós; Institut d'Otologia Dr. Garcia Ibáñez; Institut Oftalmològic de Barcelona.



**Patrocinadors i col·laboradors:** Ajuntament de Barcelona, Generalitat de Catalunya, a través del Consorci de Promoció Comercial de Catalunya (COPCA); Turisme de Barcelona; Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona "la Caixa".

## 4

NOVES ACCIONS QUE CAL DESENVOLUPAR

- Programa "Barcelona Ciutat de Salut", amb l'objectiu de promoure productes i serveis de salut dins el marc dels recursos turístics de la ciutat.
- Nou telèfon de coordinació d'assistència sanitària urgent, les 24 hores del dia, per donar resposta als clients estrangers.
- Implementació del pla de màrqueting: nous materials de difusió, actualització del web, publicitat i comunicació.

## B

### PROPOSTES

## 1

PROPOSTES ESTRATÈGIQUES

- Valorar l'oferta de serveis sanitaris a Barcelona com a destí de prestigi. Explotar la marca Barcelona Salut, capital europea de la salut.
- Ésser presents en fires, salons i reunions internacionals amb una identificació clara de la marca Barcelona.
- Actualitzar i crear nous productes propis (procediments medicoquirúrgics a preu prefixat).
- Professionalitzar i qualificar els serveis sanitaris de Barcelona adreçats als estrangers.
- Facilitar l'accés a les clíniques a totes aquelles persones que acudeixen a la ciutat cercant assistència mèdica i a tots aquells que, estant de pas per Barcelona, pateixen algun imprevist mèdic.
- Aportar clients de l'estranger, tant particulars com mitjançant acords de col·laboració amb companyies d'assistència en viatges o assegurances mèdiques.
- Crear un registre de dades i indicadors específic que ens ajudi a conèixer la realitat sanitària de Barcelona.
- Convertir cada client estranger atès a Barcelona en un veritable ambaixador de la ciutat, crear bases de dades per enviar informació constantment.

## 2

OPORTUNITATS

- Difondre i promocionar Barcelona com a destí sanitari en l'àmbit internacional.
- Crear aliances i col·laboracions amb l'Administració o amb altres sectors estratègics de Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Conselleria de Sanitat, ICS, Turisme de Catalunya, COPCA, Turisme de Barcelona, Barcelona Centre Universitari i altres.

- Treballar amb Turisme de Barcelona en el programa “Barcelona Ciutat de Salut” .
- Instaurar el telèfon de coordinació d’assistència sanitària urgent.
- Portar a terme un pla de màrqueting global.

- Manca de bases de dades globals sobre l’oferta de salut i benestar de la ciutat. Manca de dades reals sobre l’impacte econòmic del sector a la ciutat i a la regió metropolitana.
- Manca d’identificació dels serveis sanitaris de Barcelona amb una marca de prestigi.
- Manca de suport de l’Administració per reconèixer Barcelona com a “Ciutat sanitària europea” .
- Manca d’identificació del nombre de pacients que es desplacen a Barcelona cercant assistència mèdica i de les patologies per les quals es desplacen a la ciutat. No es tenen dades sobre els estrangers atesos a la ciutat.

C

INDICADORS ECONÒMICS DEL SECTOR

Barcelona Centre Mèdic. 2004 (Dades corresponents al conjunt de clíniques i centres privats que són membres de l'Associació)	Nombre de llits	1.202
	Nombre d'empleats / col·laboradors	3.380 / 1.000
	Intervencions quirúrgiques	96.400 / any
	Naixements	7.300 / any
	Facturació	258.000.000 ¤
	Procedència dels pacients	
	Barcelona	40,50 %
	Resta de Catalunya	46,30 %
	Resta d'Espanya	44,10 %
	Altres països (Andorra, Aràbia Saudí, Algèria, Argentina, Emirats Àrabs Units, França, Itàlia, Anglaterra, Marroc, Portugal, Síria)	2,10 % (8.000 pacients / any)

INDICADORS BÀSICS DE POBLACIÓ I SANITAT

	Catalunya. 2003	Espanya. 2003	UE - 15. 2003
Població (1.000)	6.704	42.717	379.483
Homes %	49,40	49,20	48,90
Dones %	50,60	50,80	51,10
Taxa de natalitat (per 100.000 hab.)	10,60	10,10	10,60
Fills per dona	1,33	1,26	1,46
Taxa de mortalitat (per 100.000 hab.)	8,90	8,90	9,80

Evolució taxa de mortalitat infantil (per 1.000 nascuts vius)		Catalunya	Espanya	UE - 15
	2001	3,20	4,10	4,70
	2002	3,30	4,20	4,50

Esperança de vida en néixer (en anys)		Catalunya		Espanya		UE - 15	
		Homes	Dones	Homes	Dones	Homes	Dones
	2000	-	-	-	-	75,30	81,40
	2001	-	-	-	-	75,50	81,60
	2002	76,87	84,44	75,70	83,10		

OFERTA SANITÀRIA

Catalunya (per 1.000 hab)		1993	1998	1999	2000	2001	2002
	Llits	-	-	-	-	-	4,90
	Metges	-	-	-	-	-	4,70
	Dentistes	-	-	-	-	-	0,50
	Farmacèutics	-	-	-	-	-	1,40

Espanya (per 1.000 hab)		1993	1998	1999	2000	2001	2002
	Llits	-	-	-	3,70	-	-
	Metges	-	-	-	-	-	4,30
	Dentistes	-	-	-	-	-	0,50
	Farmacèutics	-	-	-	-	-	1,30

EU - 15 (per 1.000 hab)		1993	1998	1999	2000	2001	2002
	Llits	-	-	6,30	-	-	-
	Metges	-	-	3,60	-	-	-
	Dentistes	-	0,60	-	-	-	-
	Farmacèutics	0,70	-	-	-	-	-

Oferta hospitalària de malalts aguts a Barcelona 2003		XHUP (Xarxa Hospitalària d'Utilitat Pública)	Privats	Totals
	Llits	4.258	3.047	7.305
	Hospitals / centres	11	28	39

Oferta hospitalària de malalts aguts en centres privats de Barcelona. Dependència funcional. 2003		Nre. de llits	Nre. de centres
	BCM	1.202	10
	Església	593	5
	Mútues / assegurances	559	5
	Altres	693	8
	Total	3.047	28

Assegurança privada. Catalunya. 2004

- Nre. de persones amb assegurança privada = 1.613.851 ¤
- Ingressos per primes d'assegurança privada = 841.000.000 ¤

Estimació de negoci que genera la sanitat

- Facturació anual a Catalunya 2002 = 6.211.244.000 ¤
- Facturació anual a Barcelona 2002 = 3.726.746.000 ¤

	Despesa sanitària	PIB
PIB nominal	696.208	
Despesa pública en sanitat	38.171	5,48%
Despesa privada en sanitat	15.158	2,18%
Despesa total en sanitat	53.329	7,66%

# BARCELONA CENTRE DE DISSENY



## A

### FITXA DESCRIPTIVA DE L'ENTITAT

#### DADES BÀSIQUES DE L'ENTITAT

Sector:	Disseny
Any de constitució:	1976
Règim jurídic:	Fundació privada
President:	Sr. Miquel Valls, president de la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona
Web:	www.bcd.es

## 1

### PER QUÈ ÉS UN SECTOR ESTRATÈGIC?

Barcelona ha estat sempre, i especialment els darrers 20 anys, un gran centre de creativitat i disseny. La seva rica tradició en les diferents disciplines, com també un teixit dens i arrelat de centres d'ensenyament, institucions, comerços, serveis i indústria, hi confereixen una identitat reconeguda internacionalment.

L'oferta excel·lent d'empreses de serveis de disseny i l'oportunitat que representa el disseny en l'economia del coneixement –com a element diferenciador per a la competitivitat, la innovació i la internacionalització de les nostres empreses– forma un sector estratègic per al progrés econòmic i social del nostre país.

Els objectius de BCD es poden resumir en dues grans àrees:

- la sensibilització de les empreses en l'ús i la gestió correctes del disseny per a la millora de la seva competitivitat
- la promoció internacional de Barcelona com a capital del disseny

La missió de BCD és la promoció i la difusió del disseny, entès com a eina de creació de valor necessària per incrementar la competitivitat i la innovació de les empreses, i com a disciplina que millora la qualitat de vida de les persones.

**Membres del patronat:** Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona; Ajuntament de Barcelona; Generalitat de Catalunya; Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç; empreses, institucions, associacions i col·legis professionals, entre d'altres.



Pepo Segura - Fundació Mies van der Rohe

President de la Comissió Executiva: Sr. Ferran Alberch i Rexach  
Directora general: Isabel Roig i Llorca

## 3

### ALGUNES ACTIVITATS DESTACADES

BCD coordina i organitza tot un programa d'activitats per demostrar i difondre el valor del disseny. Són les següents:

- **Informació i assessorament**
  - Programa ExID'05-07, Empreses per la Innovació i el Disseny 05-07
  - Jornades
  - Difusió de bones pràctiques i casos d'estudi
  - Recerca i transmissió de coneixement
  - Assessorament a empreses per millorar la gestió del disseny
  - Servei Info Disseny®
- **Promoció**
  - Organització dels Premis Nacionals de Disseny
  - Exposicions
  - Edició de publicacions
- **Internacionalització**
  - Accions de promoció amb empreses i professionals.
- **Serveis a les empreses**
  - Organització de concursos
  - Altres encàrrecs específics

## B

### PROPOSTES

## 1

### PROPOSTES ESTRATÈGIQUES

- Crear programes específics de suport al disseny, definit com a sector quinari.
- Propiciar l'intercanvi d'experiències amb altres països i ciutats capdavanteres en disseny (Milà, Londres, Helsinki...).
- Fomentar la cultura de la creativitat i la innovació a través del disseny, amb accions i missatges concrets.
- Aprofitar sinèrgies amb entitats pertanyents a altres sectors estratègics, com ara Turisme de Barcelona i Barcelona Digital, per tal de vendre i transmetre una imatge única i coherent d'una ciutat creativa i amb un component de disseny fort.
- Afavorir pols creatius localitzats (22@) amb condicions òptimes per a la instal·lació d'estudis de disseny, joves creadors, etc.

- Crear la marca Barcelona Design i consagrar Barcelona com a capital del disseny mitjançant un pla global d’accions específiques de promoció.
- Definir mesures per atraure/mantenir localitzacions funcionals versus deslocalitzacions (localització de departaments i/o oficines de disseny d’empreses multinacionals).
- Potenciar el (nou) rol del disseny en l’economia del coneixement, com a element diferenciador i de millora de qualitat de vida de les persones.

- El baix nivell de reconeixement del disseny com a activitat econòmica (serveis) i com a element estratègic per a la competitivitat empresarial, davant la ciència i la tecnologia.
- La deslocalització dels (pocs) departaments de disseny de les empreses amb seu a Catalunya, per acostar-los a la producció.
- Els costos de serveis de disseny de països emergents, com ara la Xina.

INDICADORS ECONÒMICS DEL SECTOR

A l’hora de quantificar el pes econòmic del sector disseny, hi ha diferents vies i conceptes que cal tenir en compte.

Què es pot quantificar?

- Les empreses de serveis de disseny i professionals freelance (serveis a empreses).
- Els professionals del disseny assalariats dins d’empreses de qualsevol sector (departaments de disseny).
- El valor econòmic que aporta el disseny a les empreses dels diferents sectors (indústria, serveis, etc.).

Dins el sector de serveis de disseny, incloem les empreses (micro, petites o mitjanes) anomenades col·loquialment “estudis” –que ofereixen serveis de disseny a altres empreses (serveis a empreses)– i els freelance o dissenyadors autònoms.

Per tal de quantificar l’oferta de serveis de disseny a Catalunya , i atesa la manca de dades existents, BCD ha dut a terme dos estudis: d’una banda, l’oferta de serveis de disseny de producte (2002) i, de l’altra, l’oferta de serveis de disseny gràfic i de comunicació (2004). Per obtenir una visió complerta, cal quantificar, bàsicament, l’oferta de serveis d’interiorisme/entorn i disseny moda/tèxtil.

SERVEIS DE DISSENY  
(PRODUCTE + GRÀFIC I COMUNICACIÓ)

Empreses	1.129
% sobre sector serveis	0,4 %
Ocupació estimada	5.600 persones
Mitjana per empresa	5 persones
Facturació estimada (*)	500 milions ¤

(\*) Les dades de facturació són purament una estimació en base a les dades facilitades pels mateixos estudis.

El nombre d’empreses és la mostra emprada per a ambdós estudis, a partir de les bases de dades de BCD i de les associacions de professionals.

IMPACTE ECONÒMIC DEL DISSENY  
A CATALUNYA

En un article publicat recentment a la revista *Temes de Disseny*, publicada per l’Escola Elisava, el Dr. Aleix Carrió, enginyer industrial i economista, tracta de valorar de manera global l’impacte del sector del disseny en termes de Valor Afegit Brut (VAB), utilitzant com a referència l’estudi del Design Council (GB) dut a terme per la consultora PACEC l’any 2000, sobre la base d’ocupació d’1.003.000 de persones a l’espai disseny a la Gran Bretanya.

Amb aquestes dades es conclou que als diferents sectors empresarials de Catalunya l’ocupació en disseny i el VAB és el següent:

	Ocupació a Catalunya Nre. persones	Valor Afegit Brut (VAB) Millions ¤
Agricultura i extractives	368	101
Manufactures	40.479	841
Construcció, transport i comunicacions	16.401	742
Serveis a empreses i serveis financers	22.641	706
Serveis de consum	13.455	553
Total ocupació	93.345	2.942

En resum:

Ocupació espai disseny a les empreses catalanes	93.345 persones
% sobre la població ocupada	3,43%
VAB (Valor Afegit Brut)	2.942 milions ¤
% sobre el VAB total de Catalunya	3,07%

**Nota:** l’autor d’aquest article especifica que la manca d’informació directa de la realitat econòmica al nostre país ha fet necessària l’aplicació de la informació existent a la Gran Bretanya i que, per tant, presenta certs dubtes sobre la solvència dels resultats. Si més no, és una primera referència de l’impacte del sector disseny al nostre país.



# BIOREGIÓ

## A

### FITXA DESCRIPTIVA DE L'ENTITAT

#### 1

BARCELONA I CATALUNYA APOSTEN PER LA BIOMEDICINA I LES CIÈNCIES DE LA SALUT I DE LA VIDA

Barcelona i Catalunya es troben en una bona posició per seguir la línia que el Consell d'Europa va rubricar a Lisboa l'any 2000: consagrar Europa en l'economia basada en el coneixement més competitiva i dinàmica del món. En aquest sentit cal esmentar que la productivitat científica en biomedicina està preparada per competir a nivell global. I també que hi ha una bona predisposició dels diferents actors per a la col·laboració del sector públic entre si i també entre públic i privat, com demostren algunes iniciatives com ara l'Aliança Biomèdica de Barcelona (ABB) o la redacció, per part de l'Ajuntament de Barcelona, d'un projecte anomenat Fundació Barcelona Biomed, que inclou el sector públic i el privat.

Barcelona i Catalunya disposen també d'un sector empresarial tradicionalment innovador, però ara ha d'incorporar-se al nou paradigma d'empreses basades en el coneixement. La importància adquirida per la indústria farmacèutica, la indústria de productes i equípaments mèdics i les empreses biotecnològiques incipients, constitueixen uns elements bàsics per al sistema de la bioregió.

#### 2

QUÈ ÉS LA BIOREGIÓ?

En la darrera dècada, Barcelona ha viscut una activitat important en biomedicina i biotecnologia.

El caràcter poc multidisciplinari i multicèntric dels projectes recomana assolir una massa crítica que permeti consagrar el sector en un lloc capdavanter en l'àmbit europeu. Constituir la bioregió ha de facilitar aquesta fita mitjançant la participació de tots els agents implicats.

La bioregió és l'espai on, en l'àmbit de la biomedicina i la biotecnologia, desenvolupen la seva activitat diferents agents públics i privats amb la finalitat de generar nous productes i serveis altament competitius. La bioregió ha de ser l'instrument de gestió del sistema de relacions bilaterals i multilaterals establertes espontàniament.



#### 3

MEMBRES

- Administracions públiques relacionades amb el sector
- Institucions relacionades amb el sector
- Universitats
- Parcs científics
- Instituts i centres de recerca
- Empreses del sector farmacèutic
- Empreses del sector de tecnologia sanitària
- Empreses del sector biotecnològic

#### 4

MISSIÓ I OBJECTIUS

- Proposar una estructura organitzativa de gestió de la bioregió basada en els models més competitius de bioclústers d'Europa, concretant l'estructura jurídica i la representació dels agents.
- Identificar quines són les modificacions en la cultura i les estructures de generació de coneixement dins el camp de les ciències de la vida i la biotecnologia per fer més efectiu l'aprofitament del coneixement per part del sector empresarial.
- Fer palesa la influència de la bioregió en l'economia catalana com un dels factors que cal desenvolupar en l'acord estratègic per a la internacionalització, la qualitat de l'ocupació i la competitivitat de l'economia catalana, impulsat pel Govern de la Generalitat, el patronat i els sindicats.
- Donar resposta, mitjançant un pla de màrqueting, al posicionament de Catalunya a través de la bioregió, en el mapa biotecnològic europeu, i donar resposta a les polítiques d'atracció de capital, d'atracció d'unitat de R+D d'empreses deslocalitzades i d'atracció de recursos humans especialitzats.
- Donar resposta als instruments de política científica, tecnològica i social de l'Administració a fi de facilitar la coordinació entre recerca i innovació.

## B

### PROPOSTES

#### 1

OPORTUNITATS

- Voluntat política i suport del govern a la implementació d'una estratègia en biotecnologia a Catalunya.
- La biotecnologia és una tecnologia clau, amb gran potencial econòmic i aplicacions creixents en nombrosos sectors industrials. La biotecnologia ha creat un sector industrial propi, fonamentat directament en la ciència i la generació de coneixement.

- Percepció social favorable als avenços de la biotecnologia, especialment en el camp de la salut.
- Possibilitat d’identificar sectors específics on Catalunya hi tingui un avantatge competitiu (p. ex. l’existència d’un teixit de pimes extens en sectors afins com el farmacèutic, el químic i l’agroalimentari).
- Foment de l’atracció que representa Barcelona en molts entorns; aquesta atracció pot identificar la capital catalana com a destí per a possibles seus d’empreses o entitats internacionals.
- Existència d’un gran nombre de catalans altament qualificats que es troben a l’estranger i que són susceptibles de retornar mitjançant els instruments adequats.
- Existència d’iniciatives de metaclúster a Europa, amb l’objectiu de sumar esforços entre bioregions existents per ser competitius davant el gegant americà i asiàtic.

- Barreres a escala europea que limiten l’evolució del sector (absència d’una borsa única, absència de la directiva de patent única europea).
- Endarreriment en la implementació de polítiques sectorials en el camp biotecnològic respecte d’altres regions europees.
- Desenvolupament accelerat de noves potències (Índia, Xina, Singapur) amb inversions molt elevades de les administracions que amenacen de deslocalitzar recerca i producció de grans multinacionals altrament ubicades a Europa.
- Possible lentitud en el desenvolupament del projecte per una manca de coordinació entre els agents implicats o una manca de lideratge.
- Tendència a la deslocalització de la recerca clínica, cap a economies emergents.
- Tendència generalitzada a Europa cap a un menor finançament públic, que posa en perill una evolució positiva de la societat del benestar.
- Capacitat limitada de generació de nous productes en el sector farmacèutic.

INDICADORS ECONÒMICS DEL SECTOR

UNIVERSITATS I INSTITUCIONS RELACIONADES AMB EL SECTOR

11 universitats
20.000 científics
187.000 estudiants (18.000 en ciències de la vida)
Xarxa d’hospitals catalans, entre els quals es troben els 6 més importants de l’Estat espanyol
Xarxa de centres de recerca d’excel·lència: <ul style="list-style-type: none"><li>• regulació genòmica</li><li>• medicina regenerativa</li><li>• química</li><li>• nanobioenginyeria</li><li>• oncologia</li><li>• neurociències</li></ul>
Xarxa de Trampolins Tecnològics (centres d’emprenedors lligats a les principals universitats i escoles de negocis; incubadores <i>spin-off</i> )

PARCS CIENTÍFICS, INSTITUCIONS I CENTRES DE RECERCA

2 escoles de negocis internacionals (IESE, ESADE)
11 parcs científics, 3 parcs biomèdics, 3 parcs agroalimentaris
Xarxa de plataformes tecnològiques: <ul style="list-style-type: none"><li>• genòmica</li><li>• proteòmica</li><li>• cristal·lografia</li><li>• nanotecnologia</li><li>• NMR</li><li>• química combinatòria</li><li>• química fina</li><li>• imatges PET</li><li>• transgènesi</li></ul>
Supercomputador IBM a la Universitat Politècnica de Catalunya
Seu del nou sincrotró
Seu de l’Oficina Central de la Federació Europea de Biotecnologia (EFB)
Tests clínics: <ul style="list-style-type: none"><li>• 1.844 centres</li><li>• 4.000 investigadors</li><li>• 1.264 tests (2002)</li></ul>
300 investigadors en ciències de la vida

ESTUDIANTS DE BIOLOGIA I CIÈNCIES DE LA VIDA

Estudis	Nre. estudiants
Enginyeria química	1.590
Biotecnologia	300
Bioquímica	292
Química	4.315
Biologia	4.292
Medicina	4.445
Farmàcia	2.586

DADES DEL SECTOR FARMACEUTIC (COMPARATIVA LABORATORIS I PRODUCCIÓ FARMACÈUTICA CATALUNYA/ESPANYA)

Sector farmacèutic	% Catalunya /Espanya
Companyies farmacèutiques	46%
Producció farmacèutica	60%
Beneficis del sector farmacèutic	23%
Producció materials bàsics	66%
163 laboratoris farmacèutics	
17 centres de R&D nacionals	
10 centres de R+D internacionals	

PUBLICACIONS CIENTÍFIQUES

Dades 2000	Catalunya	Espanya	Europa	EUA
Nre. publicacions	5.485	25.746	307.977	270.855
Publicacions per cada 100 científics/any	37,03	33,6	33,5	22,2

CREIXEMENT DEL SECTOR

El projecte de bioclúster preveu la creació de 120 companyies cap a l’any 2015. S’espera la creació de 12 companyies i *spin off* cada any. Això significa uns 1.500 investigadors en 5 anys i 3.000 cap finals de 2015, que representen 250-350 milions d’euros de capital de risc i 200 milions d’euros en 5 anys.

CRÈDITS

EDICIÓ

Direcció de Promoció Econòmica  
Comissió de Promoció Econòmica,  
Ocupació i Coneixement  
C/Avinyó, 7 1er pis  
08002 Barcelona  
Tel. 93 40274 78

COORDINACIÓ

Mario Rubert  
Xavier Borrell  
Agustí Esteve

AGRAIMENTS

- Fundació Barcelona Digital
- Barcelona Aeronàutica i de l'Espai
- Barcelona Centre Universitari
- Fundació Fòrum Ambiental
- Fundació per al Desenvolupament de la Dieta Mediterrània
- Barcelona Centre Logístic
- Turisme de Barcelona
- Barcelona Centre Financer Europeu
- Barcelona Centre Mèdic
- Barcelona Centre de Disseny
- Bioregió

CORRECCIÓ DE TEXTOS

Debat Traductors®

DISSENY I MAQUETACIÓ

Dockland Comunicación, S.A.

IMPRESSIÓ

Ajuntament de Barcelona  
Imatge i Producció Editorial  
Passeig de la Zona Franca, 60  
08038 Barcelona

DIPOSIT LEGAL

B-29850-2002

Barcelona, Juliol 2005